

Gregor M. Rinn

Das Automobil als nationales Identifikationssymbol

**Zur politischen Bedeutungsprägung des Kraftfahrzeugs in
Modernitätskonzeptionen des „Dritten Reichs“ und der
Bundesrepublik.**

Dissertation

Eingereicht am Institut für Geschichtswissenschaften
Philosophische Fakultät I
Humboldt-Universität zu Berlin

Gutachter: Prof. Dr. Wolfgang Hardtwig
Gutachter: Prof. Dr. Hartmut Kaelble

Berlin, 15. 02. 2008

Zusammenfassung

Thema der Dissertation ist das Automobil als nationales Identifikationssymbol der Deutschen zwischen 1933 und 1974. Dabei wird die öffentliche Wahrnehmung des Automobils mit der Frage nach nationalen Identitätskonstruktionen verknüpft. Forschungsgegenstand ist die diskursive Repräsentation des Autos in der politischen Öffentlichkeit, insbesondere die Bedeutungs- bzw. Symbolzusammenhänge, die zwischen dem Auto und der Nation hergestellt wurden.

Die politische Symbolik des Automobils offenbart zwei übergreifende Kontinuitätslinien im nationalen Selbstverständnis über die Epochenzäsur von 1945 hinweg. Erstens eine Modernitätskonzeption, die bereits vor 1945 die Verheißung einer breiten Wohlstandspartizipation barg und in der die Umrisse einer Konsumgesellschaft unter völkischen Vorzeichen erkennbar wurden, sowie zweitens den Topos eines an nationalen Traditionen orientierten deutschen Sonderwegs in die Moderne. Zentrales Bestimmungsstück dieses unterstellten Sonderwegs ist eine bereits von der NS-Propaganda als spezifisch deutsch dargestellte Tugend der Zweckmäßigkeit, die auch in den Nachkriegsjahrzehnten noch durch das Automobil verkörpert wurde.

Abstract

This dissertation looks at automobile in Germany between 1933 and 1974 as a symbol of national identification. It deals with the perception of cars in the public opinion and how this perception was influenced by the construction of a national identity.

The political symbolism of the automobile reveals two aspects in the national identity of Germany that were greatly influenced by NS-Ideology and which persisted well into the 50's. First the concept of modernization based on mass consumption and economic participation of broad parts of the population, revealing the contours of a consumer society along racial terms. And secondly the idea of a particular German way into the modern era, which was being contrasted with the "American Way of Life". In this context the German automobile became the symbol of a specific usefulness which was regarded to be a German virtue.

1. EINLEITUNG.....	5
2. DIE POLITISCHE INSZENIERUNG DES AUTOMOBILS IN DER MOTORISIERUNGSPROPAGANDA DER NATIONALSOZIALISTEN 1933- 1945	29
2.1. Das Automobil symbolisiert den politischen Systemwechsel als Aufbruch Deutschlands in eine verheißungsvolle neue Zeit.....	30
2.1.1. Das Automobil als Symbol des Aufbruchs	30
2.1.2. Das Motorisierungsprogramm als Ausdruck der politischen und sozialen Dynamik des Nationalsozialismus.....	49
2.1.3. Das Automobil als Leitbild einer „stählernen Romantik“	63
2.2. Das Automobil als Kristallisationspunkt eines spezifisch deutschen Zugangs zu Technik und Moderne.....	70
2.2.1. Fordismus am Mittellandkanal – Der Volkswagen als politisch propagiertes Symbol für die Fortschrittlichkeit des Einfachen	70
2.2.2. Konstruktive Genialität „made in Germany“ – Wirtschaftlichkeit als Fortschrittsideal der Automobilindustrie.....	80
2.2.3. Das Ethos der Zweckmäßigkeit als Leitidee eines deutschen Wegs in die Moderne.....	94
3. DIE POLITISCHE AUFLADUNG DES AUTOMOBILS IM SPANNUNGSFELD VON WIRTSCHAFTSWUNDER UND KONSUMKRITIK 1945-1966	106
3.1. Das Auto bleibt Symbol für wirtschaftlichen Aufbruch und gesellschaftlichen Fortschritt durch Motorisierung.....	107
3.1.1. Das Auto als Motor des Wiederaufbaus in der Öffentlichkeitsarbeit der Kraftfahrtlobby.....	107
3.1.2. Zögerliche Verkehrspolitik und steigende Motorisierungsdichte – Das Automobil wird zum Politikum	117
3.1.3. Das Automobil als Symbol für Wohlstand und Freiheit in den verkehrspolitischen Debatten der 50er- Jahre.....	123
3.2. Das Automobil als Ikone der modernen Konsumgesellschaft.....	137
3.2.1. Das Automobil wird zum alltäglichen Gebrauchsgegenstand.....	137
3.2.2. Das Automobil als Symbol der Partizipationschancen des westlichen Konsummodells	141
3.2.3. Erhard contra Nordhoff – Motive und Strategien der Akteure am Beispiel der Preispolitik des Volkswagenwerks.....	147
3.3. Das Auto als Symbol für einen „German Way of Life“	153
3.3.1. Der amerikanische „Straßenkreuzer“ als Inbegriff der Schattenseiten der Konsumgesellschaft	153
3.3.2. Der Purismus des Volkswagens – Die Wiederentdeckung der Zweckmäßigkeit als nationale Tugend der Deutschen	165
4. DIE ENTZAUBERUNG DES AUTOMOBILS 1967-1974	180
4.1. Die Krise der Automobilindustrie	181
4.2. Die argumentative Einheit von Motorisierungsdynamik und sozialem Fortschritt zerbricht.....	186
4.3. Exklusivität statt Zweckmäßigkeit – der Fall BMW als Beispiel für den Imagewandel des deutschen Automobils	194
5. SCHLUSS	207

6. QUELLEN- UND LITERATURVERZEICHNIS	218
6.1. Quellenverzeichnis.....	219
6.1.1. Ungedruckte Quellen	219
6.1.2. Zeitungen und Zeitschriften	221
6.1.3. Bücher, Monographien und sonstige Veröffentlichungen.....	223
6.2. Literaturverzeichnis	225

1. Einleitung

Autos seien die „großen gotischen Kathedralen“ der Neuzeit, befand der französische Philosoph und Literaturwissenschaftler Roland Barthes.¹ Mit dieser provozierenden These machte Barthes auf die immense soziale und kulturelle Bedeutung des Automobils aufmerksam. Kaum ein technischer Gegenstand ist so tief in die Lebenswelt des Einzelnen eingedrungen und hat das Gesicht der Moderne so nachhaltig geprägt wie das Auto, kaum eine historische Entwicklung hat die westliche Gesellschaft und den geographischen Raum so einschneidend verändert wie die Massenmotorisierung. Gerade deshalb beschränkte sich die gesellschaftliche Aneignung des Automobils auch nicht auf den technischen Gebrauchswert, sondern eröffnete bereits frühzeitig eine Ebene symbolischer Bedeutungszuschreibung. Das Auto war von Beginn an Projektionsfläche individueller wie auch gesellschaftlicher Hoffnungen und Ängste. Ob Hitlers Volkswagen oder Erhards Käfer, ob Mercedes' Silberpfeil oder Sachsenrings Trabant – das Auto bewegte die Deutschen stets im doppelten Wortsinn.

Im Zentrum der vorliegenden Arbeit stehen eben diese Sinn- und Bedeutungszusammenhänge, in die das Automobil eingelagert wurde. Anvisiert ist also eine kulturhistorische Perspektive auf die symbolischen Sinnwelten, welche die Haltungen und Einstellungen gegenüber dem Kraftfahrzeug konfigurierten.² Dabei geht es jedoch nicht primär um eine „Kulturgeschichte der Alltagsdinge“ oder eine „Alltagsgeschichte des Automobils“, wie sie etwa von Wolfgang Ruppert oder Rudy Koshar vertreten werden.³ Während solche Arbeiten stark auf die Funktion und den Gebrauch von Waren oder Gütern fokussieren und dabei Formen und Rituale der Wahrnehmung und des Umgangs thematisieren, soll im Folgenden der Schwerpunkt auf Bedeutungszuschreibungen im Kontext gesellschaftspolitischer Auseinandersetzungen um das Automobil gelegt werden. Im Zuge der raschen Verbreitung des Verbrennungsmotors in Luftfahrt, Schifffahrt und Straßenverkehr

¹ **Barthes, Roland:** Mythen des Alltags, Frankfurt/M 1964, S.76.

² Die vorliegende Arbeit fühlt sich dem von Wolfgang Hardtwig vertretenen Konzept einer neuen Kulturgeschichte verpflichtet. Für einen programmatischen Überblick siehe **Hardtwig, Wolfgang:** Einleitung. Politische Kulturgeschichte der Zwischenkriegszeit, in: Ders. (Hrsg.): Politische Kulturgeschichte der Zwischenkriegszeit, Göttingen 2005, S.7-23. Siehe zudem: Ders. und Hans-Ulrich Wehler (Hrsg.): Kulturgeschichte Heute. Zwölf Beiträge, Göttingen 1996; und: Ders. (Hrsg.): Wege zur Kulturgeschichte, Göttingen 1997. Daneben auch **Mergel, Thomas und Thomas Welskopp (Hrsg.):** Geschichte zwischen Kultur und Gesellschaft. Beiträge zur Theoriedebatte, München 1997; sowie die Einführung von **Daniel, Ute:** Kompendium Kulturgeschichte. Theorien Praxis Schlüsselwörter, Frankfurt/M 2001. Zuletzt **Maurer, Michael:** Alte Kulturgeschichte – Neue Kulturgeschichte, in: Historische Zeitschrift 2005, Bd.280, S.281-304. Für einen vergleichbaren Ansatz der Bielefelder Schule siehe **Frevert, Ute und Heinz-Gerhard Haupt (Hrsg.):** Neue Politikgeschichte. Perspektiven einer historischen Politikforschung, Frankfurt/M 2005.

³ Siehe **Ruppert, Wolfgang (Hrsg.):** Fahrrad, Auto, Fernsehschrank. Zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge, Frankfurt/M 1993; sowie den sehr programmatischen Aufsatz von **Koshar, Rudy:** On the History of the Automobile in Everyday Life, in: Contemporary European History, 2001, Bd.10, S.143-154. Einen Schwerpunkt auf die individuelle Wahrnehmung und Aneignung des Automobils legt auch **Rosenthal, Peter:** Automobil design und Gesellschaft. Zu Attraktivitätsaspekten der automobilen Gestaltsymbolik als Medien sozialer Strukturierung, Diss., Darmstadt 1999.

wurde das Auto in der politischen Öffentlichkeit zu einem der prominentesten Symbole für den Prozess der Motorisierung und die von diesem ausgehende Modernisierungsdynamik.⁴ Es stand somit im Zentrum einer über Jahrzehnte geführten politischen Debatte über Chancen und Risiken einer weit reichenden Technisierung der Gesellschaft. Von verschiedenen Akteuren und in unterschiedlichen Kontexten wurde das Automobil dabei als Symbol für die jeweils eigenen gesellschaftlichen Leitideen inszeniert. Diese symbolische Aufladung mit gesellschaftspolitischen Zielvorstellungen soll im Folgenden untersucht werden. Gegenstand der Untersuchung ist also die politische Symbolik des Automobils, das heißt die Darstellung und Repräsentation des Autos in der politischen Öffentlichkeit.⁵

Dabei ist das Automobil die narrative Nahtstelle, an der verschiedenartige Themenfelder miteinander verknüpft beziehungsweise aufeinander bezogen werden konnten. Als politisches Symbol zeichnet sich das Auto nämlich vor allem dadurch aus, dass es mit seiner Bild- und Bedeutungswelt eng an die Allgemeinverständlichkeit des Alltagswissens angelehnt ist und an dieser partizipiert, statt der besonderen Logik eines Fachdiskurses zu folgen, die nur Spezialisten beziehungsweise Eingeweihten zugänglich ist. Dadurch bietet das Automobil die Möglichkeit, Argumentationsmuster und Deutungsbestände aus abgegrenzten oder nur schwach popularisierten Diskursen in allgemein verständliche Sprachbilder zu übersetzen und somit erfolgreich zu verallgemeinern. Jürgen Link interpretiert das Auto in Anlehnung an die Foucault'sche Diskurstheorie daher als ein „Kollektivsymbol“ und zeigt anhand einer literaturgeschichtlichen Analyse auf, wo die Autosymbolik als diskursive Schnittstelle fungierte, die einen „Interdiskurs“ zwischen verschiedenen Spezialdiskursen ermöglicht hat.⁶

⁴ Die Funktion des Automobils in den Modernitätsdiskursen der 50er- und 60er-Jahre hat in einer äußerst anregenden Studie aufzeigen können **Ross, Kristin**: *Fast Cars, Clean Bodies. Decolonization and the Reordering of French Culture*, Cambridge/Mass 1996. Anhand literarischer Zeugnisse, die unter anderem auch um das Automobil keisen, beschreibt Ross den Wandel von Denk- und Ordnungsmustern im Gefolge gesellschaftlicher Modernisierungsprozesse in Frankreich.

⁵ **Pross, Harry**: *Politische Symbolik. Theorie und Praxis der öffentlichen Kommunikation*, Stuttgart 1974. Unter „politischer Öffentlichkeit“ soll im Folgenden die medial vermittelte Einheit von politischen Problemhaushalten, Sprach- und Denkmustern sowie gemeinsam geteilten Werthaltungen und Überzeugungen verstanden werden. Zur Funktion der Öffentlichkeit für die Konstitution einer kollektiven Identität siehe **Kaelble, Hartmut, Martin Kirsch und Alexander Schmidt-Gernig (Hrsg.)**: *Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert*, Frankfurt/M 2002. In diesem Zusammenhang kommt vor allem den Printmedien eine herausragende Bedeutung für die Konstituierung von Öffentlichkeit zu. Für eine kritische Betrachtung der „Medialisierung des Politischen“ aus historischer Perspektive siehe **Weisbrod, Bernd (Hrsg.)**: *Die Politik der Öffentlichkeit – Die Öffentlichkeit der Politik. Politische Medialisierung in der Geschichte der Bundesrepublik*, Göttingen 2003. Eine Einführung in die Geschichte der Presse bietet **Dussel, Konrad**: *Deutsche Tagespresse im 19. und 20. Jahrhundert*, Münster 2004.

⁶ **Link, Jürgen, Axel Drews und Ute Gerhard**: *Moderne Kollektivsymbolik. Eine diskurstheoretisch orientierte Einführung mit Auswahlbibliographie*, in: *Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur*, Sonderhefte, Bd.1, Tübingen 1985, S.256-375. Zudem **Link, Jürgen**: *Über ein Modell synchroner Systeme von Kollektivsymbolen sowie seine Rolle bei der Diskurskonstitution*, in: Ders. und Wulf Wülfing (Hrsg.): *Bewegung und Stillstand in Metaphern und Mythen. Fallstudien zum Verhältnis von elementarem Wissen und Literatur im 19. Jahrhundert*, Stuttgart 1984, S.63-92; sowie: Ders. und Siegfried Reinicke: *Autofahren ist das*

Das literaturwissenschaftliche Interpretament des „Kollektivsymbols“ ist für die Frage nach der politischen Symbolik vor allem deswegen bedeutsam, weil es auf die Funktion nicht genuin automobilbezogener Subtexte für den Prozess der symbolischen Aufladung verweist. Um verschiedene Diskurse integrieren zu können, so Link, werden den allgemein bekannten Autobildern Konnotationen und Sinnzuschreibungen unterlegt, die das Auto als Symbol mit den Deutungsbeständen und gedanklichen Konstrukten eben dieser Diskurse verknüpfen. Diese Hypothese aufgreifend, will die vorliegende Arbeit die politische Autosymbolik auf ihre Relevanz für Prozesse nationaler Identitätskonstruktionen hin prüfen.⁷ Als „Kollektivsymbol“ stellt das Automobil einen Diffusionspunkt dar, an dem sich Diskurse über die Nation mit anderen Diskursen überlappen und wechselseitig ineinander übersetzbar werden. Lassen die Subtexte der Autosymbolik daher Rückschlüsse auf das Selbstbild der Deutschen zu? Wird das Auto zum Kristallisationspunkt von Eigenschaften oder Zuschreibungen, die als spezifisch deutsch dargestellt werden? Im Zentrum der Untersuchung steht also die Frage nach Genese, Form und Funktion einer politisch motivierten Inszenierung des Automobils als Symbol nationaler Identifikation.

Die Problematisierung der symbolischen Zuschreibungen zum Automobil im Kontext gesellschaftlicher Selbstvergewisserungsprozesse erfolgt hier zunächst in der Absicht, einen Beitrag zur Historiographie des Automobils und der Motorisierung in Deutschland zu leisten. Dabei soll die bislang noch stark an technik- und sozialhistorischen Fragestellungen orientierte Forschung um eine mentalitätsgeschichtliche Perspektive erweitert werden. Während jüngere Arbeiten zur Technikgeschichte die gesellschaftlichen Bedingungsfaktoren technologischer Innovationen deutlicher herausgearbeitet und damit auch kulturhistorische Aspekte stärker akzentuiert haben, ist dieser Trend in der Automobilgeschichte – von einigen Ausnahmen abgesehen – bislang nur sehr zögerlich aufgegriffen worden.⁸ Die

Leben. Metamorphosen des Autosymbols in der deutschen Literatur, in: Harro Segeberg (Hrsg.): Technik in der Literatur. Ein Forschungsüberblick und zwölf Aufsätze, Frankfurt/M 1987, S.436-482.

⁷ Zur Nation als konstruiertes politisches Ordnungsmodell siehe unter anderem **Anderson, Benedict**: Imagined Communities. Reflections on the Origins and Spread of Nationalism, London 1991.

⁸ Zu neueren Ansätzen der Technikgeschichte vgl. vor allem **Radkau, Joachim**: Technik in Deutschland. Vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart, Frankfurt/M 1989. Eine der wenigen kulturgeschichtlichen Studien zum Automobil hat verfasst **Geisthövel, Alexa**: Das Auto, in: Dies. und Habbo Knoch (Hrsg.): Orte der Moderne. Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts, Frankfurt/M 2005, S.37-46. Nach den Bedingungsfaktoren technischen Fortschritts im Sinne einer Sozialgeschichte der Technik am Beispiel des Autos fragt **Eichberg, Henning**: Die Revolution des Automobils. Materialien zu einer kritischen Technikhistorie die das Verschwinden der Sachen mitdenkt, in: Ders. (Hrsg.): Die historische Relativität der Sachen oder Gespenster im Zeughaus, 2. Auflage, Münster 1987, S.156-184. Ähnlich ist **Stieniczka, Norbert**: Vom fahrbaren Untersatz zur Chromkarosse mit „innerer Sicherheit“. Der Wandel der Nutzeranforderungen an das Automobil in den 50er- und 60er-Jahren, in: Rudolf Boch (Hrsg.): Geschichte und Zukunft der deutschen Automobilindustrie, Stuttgart 2001, S.177-200. Neben diesen stark an Fallbeispielen orientierten Studien finden sich zahlreiche umfassende

Geschichtswissenschaft hat das Automobil bislang primär unter dem sozialgeschichtlichen Aspekt der Motorisierung in den Blick genommen.⁹ Fragen nach der Wahrnehmung des Autos durch die Zeitgenossen und nach dessen Bedeutung für die politische Symbolik sind dabei zumeist nur am Rande thematisiert worden. Der Schwerpunkt liegt diesbezüglich auf der frühen Phase des Automobils, also der Zeit bis zum Ausbruch des Ersten Weltkrieges, wobei vor allem nach Ursachen und Erfolgsbedingungen für den Durchbruch beziehungsweise die Verbreitung dieser neuen Technik gefragt worden ist. Hervorgehoben wurde, dass das Auto in erster Linie eine allgemeine Geschwindigkeits- und Beschleunigungseuphorie zu befriedigen vermochte, was nicht zuletzt an der großen Popularität des Rennsports festgemacht wurde.¹⁰ Zudem eröffnete das Automobil eine völlig

Arbeiten jüngerer Datums zur Geschichte des Automobils, wie etwa **Glaser, Hermann:** Das Automobil. Eine Kulturgeschichte in Bildern, München 1986; **Möser, Kurt:** Geschichte des Autos, Frankfurt/M und New York 2002; oder die Habilitationsschrift von **Merki, Christoph M.:** Der holperige Siegeszug des Automobils 1895-1930. Zur Motorisierung des Straßenverkehrs in Frankreich, Deutschland und der Schweiz, Wien / Köln und Weimar 2002. Alle Autoren reklamieren zwar einen kulturhistorischen Ansatz für sich, verharren in Fragestellung und Methodik aber in konventioneller Technik- oder Sozialgeschichte, wie im Fall Merki, oder werden, wie bei Glaser und teilweise auch bei Möser, den Ansprüchen systematischer Geschichtswissenschaft oftmals nicht gerecht. Dieser Befund gilt cum grano salis auch für Arbeiten, die sich mit der Geschichte einzelner Automobilmarken und -hersteller befassen. Hier überwiegt noch ein überkommener unternehmensgeschichtlicher Ansatz, der zu stark in der Binnenperspektive verharrt und unternehmerisches Handeln nur aus der Logik betriebswirtschaftlicher Prozesse zu erklären versucht. Dies wurde unlängst kritisiert von **Erker, Paul:** Aufbruch zu neuen Paradigmen. Unternehmensgeschichte zwischen sozialgeschichtlicher und betriebswirtschaftlicher Erweiterung, in: Archiv für Sozialgeschichte, 1997, Bd.37, S.321-365. Beispiele für die hier kritisierte Form der Firmengeschichte sind **Fersen, Otto von:** Opel. Räder für die Welt, 3. Auflage, Gerlingen 1986; **Lignau, Gerold und Max Kruk:** 100 Jahre Daimler-Benz, 2 Bde., Stuttgart 1985f; oder **Seidl, Jürgen:** Die Bayerischen Motorenwerke 1945-1969. Staatlicher Rahmen und unternehmerisches Handeln, München 2002. Eine Ausnahme stellen die Studien zur Geschichte von Zwangsarbeitern in der Automobilindustrie dar, die sehr viel stärker den politischen und sozialen Kontext berücksichtigen, in der Regel aber nicht zu mentalitätsgeschichtlichen Aspekten vorstoßen. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die umfangreiche Studie von **Mommssen, Hans und Manfred Grieger:** Das Volkswagenwerk und seine Arbeiter im Dritten Reich, Düsseldorf 1997. Für Daimler-Benz siehe **Hopmann, Barbara u.a.:** Zwangsarbeiter bei Daimler-Benz, Stuttgart 1994. Von geringem Erkenntniswert sind zahlreiche Arbeiten aus den 70er- und 80er-Jahren zur Automobilgeschichte. Sie problematisieren das Automobil zwar im sozialen Kontext, verharren aber in einer grundsätzlich autokritischen Haltung und betrachten sich selbst als Beiträge zu einer als dringend notwendig empfundenen „Entlarvung der Autoideologie“. Vgl. **Krämer-Badoni, Thomas, Herbert Grymer und Marianne Rodenstein:** Zur sozio-ökonomischen Bedeutung des Automobils, Frankfurt/M 1971; **Dollinger, Hans:** Die totale Autogesellschaft, München 1972; **Erb, Hans:** Auto Auto über alles. Porträt eines neuen Menschen, Hamburg 1966; sowie zuletzt **Bastian, Till und Harald Thöml:** Unsere wahnsinnige Liebe zum Automobil, Weinheim und Basel 1990.

⁹ Für einen Überblick zum aktuellen Stand der Forschung zur Motorisierung siehe **Kühne, Thomas:** Massenmotorisierung und Verkehrspolitik im 20. Jahrhundert. Technikgeschichte als politische Sozial- und Kulturgeschichte, in: Neue Politische Literatur, 1996, Bd.41, S.196-229; sowie **Schmucki, Barbara:** Automobilisierung. Neuere Forschungen zur Motorisierung, in: Archiv für Sozialgeschichte, 1995, Bd.35, S.582-597. Einen allgemeinen Überblick zum Verlauf der Motorisierung in Deutschland geben **Pohl, Hans und Wilhelm Treue (Hrsg.):** Die Einflüsse der Motorisierung auf das Verkehrswesen von 1886 bis 1986, Stuttgart 1988.

¹⁰ Zur Faszination der Geschwindigkeit siehe **Radkau, Joachim:** Auto-Lust. Zur Geschichte der Geschwindigkeit, in: Tom Koenigs und Roland Schaeffer (Hrsg.): Fortschritt vom Auto? Umwelt und Verkehr in den 90er-Jahren, München 1991, S.113-130; zudem **Haubner, Barbara:** Nervenkitzel und Freizeitvergnügen. Automobilismus in Deutschland 1886-1914, Göttingen 1998; sowie **Virilio, Paul:** Fahren, fahren, fahren..., Berlin 1978; oder **Braun, Andreas:** Tempo, Tempo! Eine Kunst- und Kulturgeschichte der Geschwindigkeit im 19. Jahrhundert, Frankfurt/M 2001. Zuletzt **Borscheid, Peter:** Das Tempo-Virus. Eine Kulturgeschichte der

neue Dimension der Herrschaft über Zeit und Raum, die mit bürgerlichen Vorstellungen individueller Fortbewegung und exklusiver Subjektivität in einem Maße korrespondierte, wie es weder die Eisenbahn noch die Kutsche vermochten.¹¹ Diese Faktoren sicherten dem Automobil in seiner Frühphase vor allem in den Kreisen des wohlhabenden Bürgertums eine einflussreiche Gruppe von Unterstützern, die, in Verbänden und Automobilclubs organisiert, für eine rasche Popularisierung des Verbrennungsmotors sorgten. Besondere Aufmerksamkeit hat die Forschung in diesem Zusammenhang auch der Straße als öffentlichem Raum gewidmet. Gerade hier, so konnte gezeigt werden, setzten sich neue, technikadäquate Verhaltensformen durch, und auch die zunehmende Verrechtlichung und Disziplinierung des Verkehrsverhaltens trug zur Etablierung des Automobils bei.¹²

In Deutschland blieb das Auto allerdings lange Zeit den wohlhabenden Kreisen vorbehalten, denn anders als beispielsweise in Amerika, war der Erwerb eines eigenen Wagens für den weitaus größten Teil der Bevölkerung finanziell unmöglich. Die automobilhistorischen Arbeiten, die sich mit der Zeit nach dem Ersten Weltkrieg befassen, legen ihren Forschungsschwerpunkt daher vor allem auf die sozio-ökonomischen Bedingungsfaktoren der Motorisierung. Die Frage, warum Deutschland bis in die 50er-Jahre hinein einen so niedrigen Motorisierungsgrad aufwies, ist bislang primär mit den verhältnismäßig hohen Anschaffungs- und Haltungskosten erklärt worden. Die These vom Kraftfahrzeug als Luxusgegenstand fügt sich dabei bruchlos in den sozial- und wirtschaftsgeschichtlichen Kontext der Weimarer Jahre ein. Wie in vielen Branchen, so verhinderte auch in der Kraftfahrzeugindustrie ein

Beschleunigung, Frankfurt/M 2004. Zur Geschichte des Rennsports vgl. **Niemann, Harry, Wilfried Feldenkirchen und Armin Hermann (Hrsg.):** Die Geschichte des Rennsports, Bielefeld 2002. Für eine bündige Darstellung der Institutionalisierung und Professionalisierung des Rennsports siehe **Rehmet, Thomas und Werner Schnur:** Der Weg des deutschen Automobilsports von den Anfängen bis ins Dritte Reich oder Rennsport unterm Hakenkreuz, Frankfurt/M 1993.

¹¹ Vor allem im Vergleich zur Eisenbahn erschien das Auto dem bürgerlichen Publikum als wohltuende Rückkehr zu einer individuellen Reisekultur, wie sie geradezu paradigmatisch geschildert wird von **Bierbaum, Otto J.:** Eine empfindsame Reise im Automobil von Berlin nach Sorrent und zurück, Berlin 1903. Zur Prägung des Autobildes im Kontext bürgerlicher Diskurse siehe **Brilli, Attilio:** Das rasende Leben. Die Anfänge des Reisens mit dem Automobil, Berlin 1999; zudem **Knie, Andreas:** Die Interpretation des Autos als Rennreiselimousine. Genese, Bedeutung, Prägung, Fixierung und verkehrspolitische Konsequenzen, in: Hans L. Dienel und Helmut Trischler (Hrsg.): Geschichte der Zukunft des Verkehrs. Verkehrskonzepte von der Frühen Neuzeit bis zum 21. Jahrhundert, Frankfurt/M 1997, S.243-259. Zur Popularisierung des Autos durch das Bürgertum siehe **Förster, Wolfram:** Automobil und Gesellschaft in den 20er-Jahren. Die Motorisierung des Bürgertums als Vorläufer der Massenmotorisierung, in: Räder, Autos und Traktoren. Erfindungen aus Mannheim – Wegbereiter der mobilen Gesellschaft, hg. vom Landesmuseum für Technik und Arbeit Mannheim, Mannheim 1986.

¹² Zuletzt **Fack, Dietmar:** Automobil, Verkehr und Erziehung. Motorisierung und Sozialisation zwischen Beschleunigung und Anpassung 1885-1945, Opladen 2000. Dass die Einübung eines autogerechten Verhaltens ein konfliktreicher Prozess war, der nicht immer reibungslos verlief, zeigt **Fraunholz, Uwe:** Motorphobia. Anti-automobiler Protest in Kaiserreich und Weimarer Republik, Göttingen 2002. Siehe zudem **Radkau, Joachim:** „Ausschreitungen gegen Automobilisten haben Überhand genommen“. Aus der Zeit des wilden Automobilismus in Ostwestfalen-Lippe, in: Lippische Mitteilungen, 1987, Bd.56, S.9-26. Zur Veränderung des öffentlichen Raums durch die Motorisierung siehe **Birkenfeld, Richard und Martina Jung:** Die Stadt, der Lärm und das Licht. Die Veränderung des öffentlichen Raumes durch Motorisierung und Elektrifizierung, Seelze 1994.

verhältnismäßig niedriger Grad an Automatisierung eine Großserienproduktion und damit eine spürbare Verbilligung des Produkts.¹³ Auf der Bedarfsseite hielt das im internationalen Vergleich niedrige Lohnniveau die Nachfrage in so engen Grenzen, dass Rationalisierungsmaßnahmen, wie etwa die Einführung des Fließbandes, von vornherein nur sehr begrenzt sinnvoll erschienen.¹⁴ Da staatlicherseits keinerlei Maßnahmen zur Förderung der Motorisierung ergriffen wurden, waren auch frühe Versuche, ein kostengünstiges Volksautomobil auf den Markt zu bringen, zum Scheitern verurteilt.¹⁵

Fällt die Motorisierungsbilanz der Forschung im Hinblick auf die Weimarer Jahre noch eher negativ aus, so ändert sich dies, wenn der Untersuchungszeitraum auf die Jahre nach 1933 ausgeweitet wird. Die bewusste und gezielte Neuausrichtung der Motorisierungs- und Straßenbaupolitik unter den Nationalsozialisten ist zunächst primär am Beispiel der Autobahnen herausgearbeitet worden.¹⁶ Einen weiteren Forschungsschwerpunkt bilden die Arbeiten zu staatlichen Eingriffen in den Produktionsbereich im Rahmen der Rüstungspolitik sowie zu den konfliktreichen Auseinandersetzungen um das Projekt eines deutschen Volksautomobils zwischen der Regierung und der Industrie.¹⁷ Während der Erfolg der nationalsozialistischen Motorisierungspolitik von der Forschung unisono eher skeptisch beurteilt wird, herrscht im Hinblick auf die Frage nach den Motiven Uneinigkeit. Insbesondere die ältere Forschung hat die militärische Funktion des Straßenbauprogramms

¹³ Zur Anpassung der deutschen Automobilindustrie an mechanisierte Produktionsverfahren siehe **Tessner, Magnus**: Die deutsche Automobilindustrie im Strukturwandel von 1919 bis 1938, Köln 1994; sowie **Kugler, Anette**: Von der Werkstatt zum Fließband. Etappen der frühen Automobilproduktion, in: Geschichte und Gesellschaft, 1987, Bd.13, S.304-339. Die skeptische Haltung der Autoindustrie in Bezug auf kostspielige Rationalisierungsmaßnahmen haben herausgearbeitet **Blaich, Fritz**: Die „Fehlrationalisierung“ in der deutschen Automobilindustrie 1924-1929, in: Tradition, 1973, Bd.18, S.13-33; und **Stahlmann, Michael**: Die erste Revolution in der Autoindustrie. Management und Arbeitspolitik 1900-1940, Frankfurt/M 1993.

¹⁴ Zur Lage auf den Absatzmärkten siehe **Becker, Achim**: Absatzprobleme der deutschen Pkw-Industrie 1925-1932, Diss., Regensburg 1979. Ein Vergleich der deutschen Bedingungen mit dem amerikanischen Automobilbau findet sich bei **Flik, Reiner**: Von Ford lernen? Automobilbau und Motorisierung in Deutschland bis 1933, Köln 2001.

¹⁵ Einen Überblick zur Verkehrspolitik vor 1933 bietet **Zatsch, Angela**: Staatsmacht und Motorisierung am Morgen des Industriezeitalters, Konstanz 1993. Grundlegend für die Geschichte des Volkswagens ist **Edelmann, Heidrun**: Vom Luxusgut zum Gebrauchsgegenstand. Die Geschichte der Verbreitung von Personenkraftwagen in Deutschland, Frankfurt/M 1989; sowie **Gudjons, Anette**: Die Entwicklung des Volksautomobils 1904-1945 unter besonderer Berücksichtigung des Volkswagens. Ein Beitrag zu Problemen der Sozial-, Wirtschafts- und Technikgeschichte des Automobils, Diss., Hannover 1988.

¹⁶ **Schütz, Erhard und Eckhard Gruber**: Mythos Reichsautobahn. Bau und Inszenierung der „Straße des Führers“ 1933-1941, Berlin 1996. Siehe zudem **Stommer, Rainer (Hrsg.)**: Reichsautobahn. Pyramiden des Dritten Reichs. Analysen zur Ästhetik eines unbewältigten Mythos, Marburg 1982; und **Shand, James D.**: The Reichsautobahn. Symbol for the Third Reich, in: Journal of Contemporary History, 1984, Bd.19, S.197ff.

¹⁷ Grundlegend dazu: Mommsen: Volkswagenwerk. Mit dem staatlichen Programm zum Bau eines Kleinwagens hat sich als einer der ersten befasst **Kluge, Paul**: Hitler und das Volkswagenprojekt, in: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, 1960, Bd.8, S.341-383. Aus unternehmensgeschichtlicher Perspektive siehe zum Beispiel **Roth, Karl-Heinz**: Die Daimler-Benz AG. Ein Rüstungskonzern im Tausendjährigen Reich. Forschungsstand, Kontroversen, Kritik, in: 1999. Zeitschrift für Sozialgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts, 1993, Bd.8, S.40-64.

sowie des Volkswagenprojekts betont.¹⁸ Demgegenüber ist in letzter Zeit allerdings wiederholt darauf verwiesen worden, dass das Motorisierungsprogramm teilweise quer zu den Rüstungsprojekten und Autarkiebestrebungen des NS-Regimes lag und mit Kriegsausbruch komplett zum Erliegen kam. Vielversprechender als diese Fixierung auf die Kriegsziele des NS-Regimes sind jüngere Ansätze zur Wirtschafts- und Konsumgeschichte, die das nationalsozialistische Motorisierungsprojekt im Kontext sozialpolitischer Maßnahmen der nationalsozialistischen Regierung interpretieren.¹⁹ Dabei ist immer wieder auf die propagandistische Intention hinter Autobahnbau und Volkswagen reflektiert worden, ohne dass dabei jedoch die symbolische Bedeutung des Automobils für die Herrschaftspraxis des NS-Regimes systematisch aufgearbeitet worden wäre. Wolfgang Sachs, der den Wandel der „Bedeutungswelten“ des Automobils untersucht, vermutet hinter den Volkswagenplänen Hitlers den Versuch, die Ideologie der Volksgemeinschaft zumindest in Teilen zu materialisieren und sich durch die Egalisierung des Luxusguts Auto die Zustimmung breiter Schichten der Bevölkerung zu erkaufen.²⁰ Die Ausführungen von Sachs bleiben allerdings thesenhaft und empirisch unzureichend fundiert; ebenso wie seine Einschätzung, die ideologische Vorbereitung der Massenmotorisierung sei im wesentlichen bereits vor Kriegsbeginn abgeschlossen gewesen, die endgültige Durchsetzung sei aber erst unter den ökonomischen Bedingungen des westdeutschen „Wirtschaftswunders“ möglich geworden.

Der These, es habe eine die Zäsur von 1945 übergreifende ideen- und mentalitätsgeschichtliche Kontinuitätslinie der Motorisierungsdynamik gegeben, widersprechen Dietmar Klenke und Klaus Kuhm mit dem Argument, durch die von Sachs vorgenommene Fokussierung auf subjektive Mobilitätsbedürfnisse werde die Massenmotorisierung auf Kaufkraft und Konsum reduziert. Kuhm zeigt dagegen aus einer technikhistorischen Perspektive, wie erst durch den gezielten Ausbau der für das Auto notwendigen Infrastruktur seit Ende der 50er-Jahre ein automobilzentriertes „technisches Großsystem“ entstand, das die Massenmotorisierung überhaupt ermöglichte und in

¹⁸ Den militärischen Nutzen der Autobahnen betont vor allem **Lärmer, Karl**: Autobahnbau in Deutschland 1933-1945. Zu den Hintergründen, Berlin 1975. Zur militärischen Bedeutung des Volkswagens siehe **Handke, Horst**: Zur Rolle der Volkswagenpläne bei der faschistischen Kriegsvorbereitung, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 1962, Bd.3, S.22-68. Eine differenzierte Einschätzung der Funktion des Volkswagens in der NS-Rüstungspolitik bietet **Overy, Richard J.**: War and Economy in the Third Reich, Oxford 1994.

¹⁹ Zuletzt **König, Wolfgang**: Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. Volksprodukte im Dritten Reich. Vom Scheitern einer nationalsozialistischen Konsumgesellschaft, Paderborn 2004.

²⁰ **Sachs, Wolfgang**: Die Bedeutungshaut des Automobils. Annäherungen an die Kultur einer Hochenergie-Gesellschaft, Berlin 1981. Sachs folgt in seiner Argumentation in weiten Teilen der Arbeit von: Kluge: Volkswagenprojekt, der diese Thesen bereits einige Jahre zuvor vertrat.

spiralförmigen Prozessen vorantrieb.²¹ Auf der Ebene staatsnaher und administrativer Diskurse bewegen sich die Studien von Klenke, der sich in erster Linie auf die bundesdeutsche Verkehrspolitik konzentriert und die politischen Gestaltungsspielräume im Hinblick auf die Motorisierungsdynamik auslotet.²² Er kommt zu dem Ergebnis, die massenhafte Verbreitung des Automobils in der Nachkriegszeit sei erst durch ein von der Regierungsseite gewolltes und bewusst gestaltetes System staatlicher Anreize möglich geworden.²³

Das vorliegende Projekt möchte diese Forschungskontroverse um Kontinuitäten beim Übergang vom „Dritten Reich“ zur frühen Bundesrepublik aufgreifen, dabei aber mit einer kulturhistorischen Perspektive die bislang vorliegenden Fixierung auf das Phänomen Motorisierung lösen, um somit die Betrachtungsebene auf die politische Symbolik des Automobils zu konzentrieren. Gerade im Hinblick auf die politische Bedeutungsprägung des Autos in Deutschland kommt den Jahrzehnten zwischen 1933 und 1974 eine zentrale Bedeutung zu. Das Automobil galt noch in der Weimarer Republik weithin als Luxusgegenstand und fand lediglich in den oberen sozialen Schichten Verbreitung. Entsprechend schwach ausgeprägt war das politische Interesse am Kraftfahrzeug.²⁴ Demgegenüber markierte Hitlers Rede auf der Internationalen Automobilausstellung 1933 in Berlin den Auftakt einer bis dahin beispiellosen politischen Instrumentalisierung des Autos im Rahmen der von den Nationalsozialisten geplanten „Volksmotorisierung“.²⁵ Der rasch in Angriff genommene Bau der Autobahnen und die Propagierung des Volkswagen-Projekts rückten das Automobil nun in den Bedürfnishorizont großer Teile der Bevölkerung. Doch auch nach 1945 war das Auto in der politischen Öffentlichkeit emotional hoch besetzt und gewann mit der anbrechenden Massenmotorisierung weiter an Bedeutung.²⁶ Der

²¹ **Kuhm, Klaus:** Das eilige Jahrhundert. Einblicke in die Automobile Gesellschaft, Hamburg 1995; sowie: Ders.: Moderne und Asphalt. Die Automobilisierung als Prozess technologischer Integration und sozialer Vernetzung, Pfaffenweiler 1997.

²² Siehe die grundlegende Arbeit zur Verkehrspolitik der Bundesrepublik von **Klenke, Dietmar:** Bundesdeutsche Verkehrspolitik und Motorisierung. Konfliktreiche Weichenstellungen in den Jahren des Wiederaufstiegs, Stuttgart 1993. Einen größeren Untersuchungszeitraum abdeckend, dafür oftmals leider sehr knapp in den Details ist: Ders.: „Freier Stau für freie Bürger“. Die Geschichte der bundesdeutschen Verkehrspolitik 1949-1994, Darmstadt 1995.

²³ Anders als Klenke betont **Südbeck, Thomas:** Motorisierung, Verkehrsentwicklung und Verkehrspolitik in der Bundesrepublik Deutschland der 1950er-Jahre. Zwei Beispiele: Hamburg und das Emsland, Diss., Hamburg 1992, dass es eine „Verkehrspolitik aus einem Guss“ nicht gegeben habe und hebt demgegenüber die Eigendynamik sowie die strukturellen Handlungsbeschränkungen des Motorisierungsprozesses hervor.

²⁴ Zur gesellschaftspolitischen Bedeutung des Automobils siehe **Burkart, Günter:** Individuelle Mobilität und soziale Integration. Zur Soziologie des Automobilismus, in: Soziale Welt, 1994, Bd.45, S.216-241.

²⁵ Zur Bedeutung der Rede für Hitler selbst und zur Einordnung in den Kontext der „Machtergreifung“ siehe **Kershaw, Ian:** Hitler 1889-1936, 2. Auflage, Stuttgart 1998, S.569-573.

²⁶ Thesenhaft programmatisch ist **Klenke, Dietmar:** Das Automobil im Schatten der deutschen Katastrophe. Ein überfrachtetes Persönlichkeits- und Freiheitssymbol in den Jahren des Wiederaufstiegs, in: Jörg Mayer (Hrsg.):

Ölpreisschock der Jahre 1973/74 wurde dann zum Kulminationspunkt einer bereits in den späten 60er-Jahren einsetzenden Entzauberung des Automobils.²⁷ Danach war die seit 1933 immer wieder beschworene Einheit von Automobil und gesellschaftlichem Fortschritt endgültig zerbrochen.

Diese Periodisierung der politischen Bedeutungsprägung des Automobils liegt quer zur Epochenäsur von 1945 und provoziert somit Fragen über Kontinuitäten und Diskontinuitäten bei der Konstruktion von Sinn- und Erfahrungswelten rund um das Kraftfahrzeug. Gerade im Hinblick auf die Bedeutung des Automobils als Symbol nationaler Identifikation wäre die Hypothese zu prüfen, ob im Übergang von der nationalsozialistischen Diktatur zur bundesdeutschen Republik Sinnkonstruktionen und nationale Selbstbilder fortgeschrieben und in den Deutungshaushalt der Bundesrepublik übernommen wurden. Damit soll die vorliegende Arbeit über eine kulturhistorische Betrachtung der Geschichte des Automobils hinaus auch als ein Beitrag zur historischen Aufarbeitung der Gründungs- und Konsolidierungsgeschichte der Bundesrepublik verstanden werden.²⁸

Der Versuch, die These von einer Neukonstitution des Selbstbildes der Nation nach dem Zusammenbruch von 1945 kritisch zu hinterfragen und die Persistenz tradierter Deutungsmuster zumindest partiell durch eine Analyse der Formierungsprozesse der Autosymbolik sichtbar zu machen, fügt sich in aktuelle Debatten der Zeitgeschichte ein. Die Forschung zur Geschichte der Bundesrepublik hat die Annahme einer „Stunde Null“ zunehmend skeptisch beurteilt und vor der unkritischen Verdopplung des zeitgenössischen Stereotyps einer linear verlaufenden Erfolgserzählung der jungen Bundesrepublik durch die Geschichtswissenschaft gewarnt.²⁹ Demgegenüber ist in jüngster Zeit immer wieder die

Produktion von Mobilität und Stillstand. Zur Diskrepanz von Wissen und Handeln in der Verkehrspolitik, Loccum 1992.

²⁷ Zur mentalitätsgeschichtlichen Wirkung des Ölpreisschocks siehe **Hohensee, Jens**: Und sonntags wieder laufen... Die erste Ölkrise 1973/74 und ihre Perzeption in der Bundesrepublik Deutschland, in: Michael Salewski und Ilona Stölken-Fitschgen (Hrsg.): Moderne Zeiten. Technik und Zeitgeist im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart 1994, S.175-196.

²⁸ Für eine stärkere Verschränkung von Wirtschafts- und Kulturgeschichte plädierten unlängst **Berghoff, Hartmut und Jakob Vogel (Hrsg.)**: Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte. Dimensionen eines Perspektivenwechsels, Frankfurt/M 2004.

²⁹ Einen konzisen Überblick der Historiographie der westdeutschen Geschichtsschreibung gibt **Doering-Manteuffel, Anselm**: Deutsche Zeitgeschichte nach 1945. Entwicklungen und Problemlagen der historischen Forschung zur Nachkriegszeit, in: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, 1993, Bd.41, S.1-29. Von einer grundlegenden Neubewertung des Nationalstaats nach 1945 überzeugt ist **Alter, Peter**: Nationalism and German Politics after 1945, in: John Breuilly (Hrsg.): The State of Germany. The National Idea in the Making, Unmaking and Remaking of a Modern State, London 1992, S.154-176. Ebenfalls im Sinne einer Neuinterpretation der nationalen Identität argumentiert **Mommsen, Wolfgang J.**: Wandlungen der nationalen Identität, in: Werner Weidenfeld (Hrsg.): Die Identität der Deutschen, Bonn 1983, S.173-192. Zum Verhältnis von Nation und Staat nach 1945 vgl. den Aufsatz von Heinrich A. Winkler in dem Sammelband von **Kaelble, Hartmut und Heinrich A. Winkler (Hrsg.)**: Nationalismus – Nationalitäten – Supranationalitäten, Stuttgart

Kontingenz der Entwicklung Westdeutschlands betont und auf die Spannungen und Probleme der Nachkriegsgesellschaft verwiesen worden.³⁰ Die jüngere Forschung zur politischen Kultur der Bundesrepublik hat damit die Epochenschwelle von 1945 relativiert und verstärkt die Merkmale und Dynamiken von systemübergreifenden gesellschaftlichen Transformationsprozessen in den Blick genommen.³¹

Ein besonderes Augenmerk lag dabei auf der Frage, in welchen Schritten und unter welchen Bedingungen sich Deutschlands Weg in die Moderne vollzogen hat. Die Ursachen und Prozesse gesellschaftlicher Modernisierung sind dabei von zwei Seiten her thematisiert worden. Zum einen ist bereits in den 60er-Jahren versucht worden, Deutschlands „Durchstoß in die Moderne“ (Dahrendorf) auf gesellschaftliche Entwicklungspfade des „Dritten Reichs“ zurückzuführen, ein Ansatz, der unlängst von Michael Prinz und Rainer Zitelmann wieder aufgegriffen worden ist.³² Die daraufhin entfachte Kontroverse um die Frage nach der Modernität nationalsozialistischer Herrschaftspraxis hat dazu beigetragen, dass die Eigendynamik gesellschaftlicher Modernisierungsprozesse schärfer hervorgehoben wurde und die Jahre des „Dritten Reichs“ damit im Kontext einer bereits im 19. Jahrhundert einsetzenden, ganz Europa erfassenden Modernisierungsdynamik interpretiert werden

1993, S.12-33. Die Epochenäsur von 1945 in Frage gestellt hat als einer der ersten **Broszat, Martin**: Zäsuren nach 1945. Essays zur Periodisierung der deutschen Nachkriegsgeschichte, München 1990. Siehe zudem: Ders., Klaus D. Henke und Hans Woller (Hrsg.): Von Stalingrad zur Währungsreform. Zur Sozialgeschichte des Umbruchs in Deutschland, München 1988. Zum Umgang mit der NS-Vergangenheit nach 1945 siehe **Frei, Norbert**: Vergangenheitspolitik. Die Anfänge der Bundesrepublik und die NS-Vergangenheit, München 1996; sowie: Ders.: 1945 und wir. Das Dritte Reich im Bewusstsein der Deutschen, München 2005. Zusammenfassend ist **Kocka, Jürgen**: 1945 nach 1989/90. Zur sich wandelnden Bedeutung des Endes von NS-Diktatur und Krieg, in: Christian Jansen, Lutz Niethammer und Bernd Weisbrod (Hrsg.): Von der Aufgabe der Freiheit. Politische Verantwortung und bürgerliche Gesellschaft im 19. und 20. Jahrhundert, Berlin 1995, S.599-608.

³⁰ Siehe einige unlängst erschienene Sammelbände, in denen der Versuch unternommen wird, die Mentalitätsgeschichte der Nachkriegszeit aus unterschiedlichen Betrachtungswinkeln zu beleuchten. So zum Beispiel bei **Naumann, Klaus (Hrsg.)**: Nachkrieg in Deutschland, Hamburg 2001; oder **Schissler, Hanna**: The Miracle Years. A Cultural History of West Germany 1949-1968, Princeton und Oxford 2001; sowie **Moeller, Robert G. (Hrsg.)**: West Germany under Construction. Politics, Society and Culture in the Adenauer Era, Ann Arbor 1997. Einen allgemeinen Überblick zu aktuellen Forschungstrends der Historiographie Westdeutschlands gibt **Metzler, Gabriele**: Breite Straßen, schmale Pfade. Fünf Wege zur Geschichte der Bundesrepublik, in: Neue Politische Literatur, 2001, Bd.46, S.244-267.

³¹ Zur Frage der Kontinuität sozialer Strukturen siehe **Conze, Werner und Rainer M. Lepsius (Hrsg.)**: Sozialgeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Beiträge zum Kontinuitätsproblem, Stuttgart 1983. Einen Überblick zum Stand der sozialhistorischen Forschung gibt **Erker, Paul**: Zeitgeschichte als Sozialgeschichte. Forschungsstand und Forschungsdefizite, in: Geschichte und Gesellschaft, 1993, Bd.19, S.202-238. Den gesellschaftlichen Wandel der Nachkriegsjahrzehnte auf europäischer Ebene hat jüngst dargestellt **Kaelble Hartmut**: Sozialgeschichte Europas. 1945 bis zur Gegenwart, München 2007.

³² Einer der ersten und einflussreichsten Protagonisten in der Debatte um die Modernität des Nationalsozialismus war **Dahrendorf, Rolf**: Gesellschaft und Demokratie in Deutschland, München 1965. Während die Modernisierung bei Dahrendorf noch als unbeabsichtigte Folge eines Bruchs mit den Normen und Sozialgefügen des Kaiserreichs erscheint, behaupten die jüngeren Vertreter dieser Richtung, dass es unter nationalsozialistischer Herrschaft zu einer intendierten Modernisierung gekommen sei. Siehe **Prinz, Michael und Rainer Zitelmann (Hrsg.)**: Nationalsozialismus und Modernisierung, Darmstadt 1991.

konnten.³³ Zum anderen ist mit Blick auf die bundesrepublikanische Entwicklung verstärkt das spannungsvolle Wechselverhältnis von Neubeginn und Rekonstruktion herausgearbeitet worden, wobei teilweise formative Modernisierungs- und Dynamisierungsphasen zeitlich in die 50er- und teilweise sogar bis in die 60er-Jahre hinein zurückverlagert wurden.³⁴

In den fachwissenschaftlichen Debatten um die historische Einordnung und Beurteilung der gesellschaftlichen Modernisierungsprozesse der 30er-, 40er- und 50er-Jahre ist die Frage nach der subjektiven Aneignung der Moderne durch die Zeitgenossen bislang allerdings verhältnismäßig selten thematisiert worden.³⁵ Gerade in diesem Zusammenhang könnte eine Untersuchung der sich wandelnden symbolischen Bedeutung des Automobils wertvolle Aufschlüsse darüber geben, wie die tief greifenden Veränderungsprozesse, die mit einer rasch voranschreitenden Technisierung und Rationalisierung der Lebens- und Arbeitswelt einhergingen, von den Zeitgenossen selbst erfahren und gedeutet wurden und ob die politische Zäsur von 1945 auch im Hinblick auf diese Sinn- und Bedeutungswelten einen Bruch bedeutete. Dabei ermöglicht das Automobil als Untersuchungsgegenstand gleich in doppelter Hinsicht einen geeigneten Zugang zu dem hier in Frage stehenden Problemzusammenhang. Erstens bietet es aufgrund seiner großen Popularität und Präsenz in der öffentlichen Wahrnehmung die Möglichkeit, den Modernisierungsdiskurs nicht nur auf der Ebene intellektueller Debatten nachzuzeichnen, sondern bis in gesellschaftliche Schichten

³³ Von den Kritikern ist darauf hingewiesen worden, dass ein nicht-normativer Modernisierungsbegriff, wie von Prinz und Zitelmann verwendet, das konkrete politische Handeln der NS-Führung aus dem Kontext der primär antidemokratischen und damit antimodernen Ideologie des Nationalsozialismus herauslöse und somit die wahren Ziele des Regimes vernachlässige. Vgl. dazu **Könke, Günter**: Modernisierungsschub oder relative Stagnation? Einige Anmerkungen zum Verhältnis von Nationalsozialismus und Moderne, in: Geschichte und Gesellschaft, 1994, Bd.20, S.584-608; oder **Mommsen, Hans**: Nationalsozialismus als vorgetäuschte Modernisierung, in: Walter H. Pehle (Hrsg.): Der historische Ort des Nationalsozialismus. Annäherungen, Frankfurt/M 1990, S.31-46; sowie: Ders.: Noch einmal Nationalsozialismus und Modernisierung, in: Geschichte und Gesellschaft, 1995, Bd.21, S.391-402. Einen Überblick über die Kontroverse geben **Frei, Norbert**: Wie modern war der Nationalsozialismus? in: Geschichte und Gesellschaft, 1993, Bd.19, S.367-387; und **Kershaw, Ian**: Der NS-Staat. Geschichtsinterpretationen und Kontroversen im Überblick, 3. Auflage, Reinbek 2002, S.246-278.

³⁴ Siehe vor allem **Schildt, Axel**: Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er-Jahre, Hamburg 1995; zudem: Ders. und Arnold Sywottek (Hrsg.): Modernisierung im Wiederaufbau. Die westdeutsche Gesellschaft der 50er-Jahre, Bonn 1993. Zur Dynamisierung von Modernisierungstrends in den 60er-Jahren siehe: Ders., Detlef Siegfried und Karl C. Lammers (Hrsg.): Dynamische Zeiten. Die 60er-Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften, Hamburg 2000.

³⁵ Eine Ausnahme ist die Studie von **Fritzsche, Peter**: A Nation of Flyers. German Aviation and the Popular Imagination, Cambridge/Mass und London 1992, die vor allem in Bezug auf Fragestellung und Herangehensweise für die vorliegende Arbeit beispielgebend war. Für die Zwischenkriegszeit siehe **Hardtwig, Wolfgang (Hrsg.)**: Politische Kulturgeschichte der Zwischenkriegszeit, Göttingen 2005. Eine vergleichende Perspektive eröffnet **Rieger, Bernhard**: Technology and the Culture of Modernity in Britain and Germany 1890-1945, Cambridge 2005. Zu den Auswirkungen der erhöhten Geschwindigkeit auf die Vorstellung von Zeit und Raum im Zarenreich ist vor kurzem erschienen **Cvetkovski, Roland**: Modernisierung durch Beschleunigung. Raum und Mobilität im Zarenreich, Frankfurt/M 2006.

hinein zu verfolgen, die oftmals dem analytischen Blick des Historikers entzogen sind.³⁶ Aufgrund seiner Eigenschaften als Kollektivsymbol liegt das Auto nämlich quer zu etablierten Kommunikations- und Gruppenstrukturen. Der Autodiskurs hat daher keine wirksamen Exklusionsmechanismen, weshalb das Auto von jedermann thematisiert werden kann und gleichzeitig ein sehr großes und heterogenes Publikum anzusprechen vermag. Mit anderen Worten: Das Auto ist immer und überall ein Thema und jeder hat etwas dazu zu sagen. Ein Blick in die Tageszeitung genügt, um das zu verdeutlichen. Zum zweiten ist das Automobil ein weit verbreitetes und allgemein verständliches Symbol für Fortschritt und Moderne. Als ein Ort, an dem die ungeheuren technischen Kräfte des Industriezeitalters für den Einzelnen unmittelbar erfahrbar wurden, hat das Auto, ähnlich wie ein Jahrhundert zuvor noch die Eisenbahn, die Phantasien und Sehnsüchte einer ganzen Epoche bündeln können.³⁷ Damit fungierte das Automobil als ein Verdichtungspunkt, an dem die gesellschaftliche Verständigung über den Umgang mit Technik vollzogen und symbolisch kommuniziert werden konnte. Diese Bedeutungsprägung aufgreifend, soll am Beispiel des Autos nach dem Zusammenhang von nationaler Selbstzuschreibung und technologischem Fortschritt gefragt werden. Dabei ist insbesondere zu untersuchen, in welchen Kontexten das Auto zur Illustration eigener Modernität herangezogen wurde und welche Konnotationen damit einhergingen.

Im Hinblick auf die Frage nach gesellschaftlichen Selbstvergewisserungsprozessen der Deutschen auf ihrem Weg in die Moderne sind Studien zur Zivilisations- und Modernisierungskritik in der Weimarer Republik von zentraler Bedeutung für Fragestellung und Erkenntnisinteresse der vorliegenden Dissertation. Jüngere Arbeiten haben in diesem Zusammenhang Interpretamente entwickelt, die von voreiligen und einseitigen Deutungen früherer Jahre, die ihren Referenzpunkt zumeist im Verhältnis von Kulturkritik und Nationalsozialismus hatten, Abstand genommen haben. Unter dem Vorzeichen eines normativen Modernitätsbegriffs, der an Aufklärung und Demokratisierung als Schlüsselkategorien orientiert war, waren die modernitätskritischen intellektuellen Strömungen in Deutschland als antimodernistisch interpretiert und ihnen somit eine vorbereitende Funktion für die als politisch reaktionär verstandene Machtübernahme der

³⁶ Einen vergleichbaren Ansatz verfolgte mit ihrer Untersuchung zu nationalen Stereotypen im Selbst- und Fremdbild der deutschen Hausfrau unlängst **Reagin, Nancy R.**: *Sweeping the German Nation. Domesticity and National Identity in Germany 1870-1945*, New York 2007.

³⁷ Zur symbolischen Bedeutung der Eisenbahn siehe **Schivelbusch, Wolfgang**: *Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert*, München 1977. Die enorme Popularität und Faszinationskraft des Automobils hat am Beispiel des Rennsports herausgearbeitet **Day, Uwe**: *Mythos ex machina. Medienkonstrukt Silberpfeil als massenkulturelle Ikone der NS-Modernisierung*, Diss., Bremen 2004.

Nationalsozialisten zugewiesen worden.³⁸ Diese stark dichotomisierende Sichtweise ist von neueren Ansätzen dahingehend relativiert worden, dass die modernisierungs- und kulturkritischen Strömungen auf Aspekte einer produktiven Aneignung der Moderne hin gemustert worden sind. Zu nennen ist hier namentlich Thomas Rohrkämper, der unter Verwendung eines wertneutralen Modernitätsbegriffs, der an Kriterien wie Komplexität des Gesellschaftssystems, Linearität der Zeitstruktur oder Zweckrationalität des Wissens orientiert ist, nachweisen kann, dass die Kritiker die Moderne nicht rundheraus ablehnten, sondern oftmals bestrebt waren, Modernisierungsprozesse anders zu gestalten oder, anders ausgedrückt, eine andere Moderne zu gestalten.³⁹ Zentral für ein solches Anliegen war die Forderung nach einer Bindung des technologischen Fortschritts an tradierte Normen und Wertvorstellungen, um den von den Kritikern behaupteten Selbstzweckcharakter von Technik aufzulösen und diese somit wieder in den Dienst der Gesellschaft beziehungsweise der Nation zu stellen.⁴⁰

Die latente Politisierung der Technik, die sich darin abzeichnete, fand ihre nationalistische Zuspitzung in einem Modernitätsbild, welches in rechten und konservativen Kreisen nach dem Ersten Weltkrieg zunehmend an Einfluss gewann. Jeffrey Herf hat den Begriff des „reaktionären Modernismus“ für diese Strömung geprägt, um auf das Nebeneinander von rückwärts gewandten gesellschaftspolitischen Konzepten und einer fortschrittsbewußten Technikeuphorie hinzuweisen.⁴¹ Vor allem unter dem Eindruck des Kriegserlebnisses wurden von jüngeren Vertretern der allgemeinen Kulturkritik modernisierungsskeptische Positionen teilweise geräumt und die Notwendigkeit technologischen Fortschritts für die militärische und ökonomische Konkurrenzfähigkeit Deutschlands anerkannt, ohne dabei jedoch die politischen Werte der Moderne zu akzeptieren. In einer schroffen Gegenüberstellung von westlichem Liberalismus und einer als spezifisch deutsch apostrophierten Kultur, deren Leitideen für

³⁸ **Stern, Fritz:** Kulturpessimismus als politische Gefahr. Eine Analyse nationaler Ideologien in Deutschland, Bern / Stuttgart und Wien 1963; oder **Sontheimer, Kurt:** Antidemokratisches Denken in der Weimarer Republik, München 1962; sowie **Mosse, George L.:** The Crisis of German Ideology. Intellectual Origins of the Third Reich, New York 1964. Einen problemorientierten Überblick geben **Bruch, Rüdiger vom, Friedrich W. Graf und Gangolf Hübinger:** Einleitung, in: Dies. (Hrsg.): Kultur und Kulturwissenschaften um 1900. Krise der Moderne und Glaube an die Wissenschaft, Stuttgart 1989, S.9-24.

³⁹ **Rohrkämper, Thomas:** Eine andere Moderne? Zivilisationskritik, Natur und Technik in Deutschland 1880-1933, Paderborn 1999.

⁴⁰ Ebd., S.346: „Zunächst entwickelte sich die Überzeugung, die Technik durch eine ethische Besinnung wieder in den Dienst der überkommenen kulturellen Werte zu zwingen. Der technische Fortschritt galt an sich als begrüßenswert, habe aber, das war der Kern der Kritik, zu einem übersteigerten Materialismus geführt. Statt höheren kulturellen Werten zu dienen, habe sich die Technik zum goldenen Kalb der Moderne entwickelt. Die zweckrationale Bewältigung der praktischen Dinge im Leben und die Steigerung der Produktion galten zwar als begrüßenswert, sollten aber nicht zum Selbstzweck werden.“

⁴¹ **Herf, Jeffrey:** Der nationalsozialistische Technikdiskurs. Die deutschen Eigenheiten des reaktionären Modernismus, in: Wolfgang Emmerich und Carl Wege (Hrsg.): Der Technikdiskurs der Hitler-Stalin-Ära, Stuttgart und Weimar 1995, S.72-92.

viele im mythischen Konstrukt des „Geists von 1914“ fortlebten, wurde das westliche Modell als rückschrittlicher Materialismus und seelenloser Technizismus diffamiert.⁴² Auch wenn in der Regel nicht programmatisch ausformuliert, so findet sich in diesen Konzepten oftmals der Gedanke eines deutschen Sonderwegs in der Moderne, der Technik und Rationalisierung aus dem Kontext westlicher Modernitätskonzeptionen lösen und mit dem Konstrukt einer sich aus deutscher Kultur und Tradition speisenden spezifischen Fortschrittlichkeit in Einklang bringen sollte.

Der pragmatische Einsatz von moderner Technik für rassistische und militärische Ziele durch das nationalsozialistische Regime ist wiederholt Gegenstand der Forschung gewesen und anhand von zahlreichen Fallbeispielen dargestellt worden.⁴³ Weitgehende Einigkeit herrscht darüber, dass die besondere Dimension des Schreckens der NS-Herrschaft gerade in dem Nebeneinander von technischer Effizienz und menschenverachtendem Rassismus lag und somit „eine beispiellose Form des Fortschritts in die Barbarei“ darstellte.⁴⁴ Hand in Hand mit diesem Befund geht in den allermeisten Fällen die Aussage, der Nationalsozialismus habe es dabei geschickt verstanden, den Widerspruch zwischen der rücksichtslosen Umsetzung des technisch Machbaren einerseits sowie andererseits einer reaktionären und wissenschaftsfeindlichen „Blut und Boden“-Ideologie propagandistisch zu auflösen. Dabei machte sich das Regime den Topos eines spezifisch deutschen Zugangs zur Moderne gezielt zu Nutze, um den Nationalsozialismus als Ausbruch aus der Modernisierungskrise der Weimarer Jahre und als Anbruch einer verheißungsvollen Zukunft darzustellen.⁴⁵ Nicht zuletzt am Beispiel des Autobahnbaus ist verdeutlicht worden, dass sich das dabei postulierte spezifisch deutsche Fortschrittsbewusstsein in der Regel auf eine rein ästhetische oder ideologische Überformung der durch den Veränderungsprozess aufgeworfenen

⁴² Zur Ideenwelt konservativer und intellektueller Kreise während des Krieges siehe **Flasch, Kurt**: Die geistige Mobilmachung. Die deutschen Intellektuellen und der Erste Weltkrieg, Berlin 2000. Die zeitgenössische Darstellung des Krieges als Auseinandersetzung einer deutschen Kultur mit den Werten des Westens skizziert **Verhey, Jeffrey**: Der „Geist von 1914“ und die Erfindung der Volksgemeinschaft, Hamburg 2000.

⁴³ Vor allem von der jüngeren wissenschaftshistorischen Forschung ist auf die enge Kooperation von akademischen Eliten mit dem NS-Staat verwiesen worden, die eine technisch-rationale Durchdringung sozialer Kontexte vorangetrieben hat. Zum Konzept der „Verwissenschaftlichung des Sozialen“ siehe **Raphael, Lutz**: Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts, in: Geschichte und Gesellschaft, 1996, Bd.22, S.165-193. Zur Selbstmobilisierung der akademischen Eliten siehe **Lundgreen, Peter (Hrsg.)**: Wissenschaft im Dritten Reich, Frankfurt/M 1985.

⁴⁴ **Burleigh, Michael und Wolfgang Wippermann**: The Racial State. Germany 1933-1945, Cambridge 1991.

⁴⁵ Die ideengeschichtlichen Strömungen, welche die Wahrnehmung des Nationalsozialismus als modern konfigurierten, sind dargestellt bei **Eley, Geoff**: Die deutsche Geschichte und die Widersprüche der Moderne. Das Beispiel des Kaiserreichs, in: Frank Bajohr, Werner Johe und Uwe Lohalm (Hrsg.): Zivilisation und Barbarei. Die widersprüchlichen Potentiale der Moderne, Hamburg 1991, S.17-65.

gesellschaftspolitischen Gegensätze beschränkte.⁴⁶ Sehr häufig ist daher die These vertreten worden, programmatische Entwürfe für eine soziale Neugestaltung der Gesellschaft dürften nicht als Absichtserklärungen interpretiert werden, sondern wären stattdessen bloße manipulative Propaganda.⁴⁷

Diese Neigung vieler Autoren, das nationalsozialistische Deutungsangebot eines spezifisch deutschen Wegs in die Moderne ausschließlich unter dem Aspekt der Propaganda zu betrachten und von den „eigentlichen“, rassistischen und militärischen Zielen des Regimes abzugrenzen, erweist sich in Bezug auf eine kulturhistorische Perspektive allerdings als problematisch. Es ist zwar zutreffend, dass die NS-Führung vor allem im sozialpolitischen Bereich dazu tendierte, sich unter dem Druck realpolitischer Gegebenheiten relativ rasch von überzogenen ideologischen Zielsetzungen zu trennen. Fraglich ist indessen, ob der von der Forschung so oft vollzogene Rückschluss von dem eher ernüchternden Ergebnis nationalsozialistischer Modernisierungsbemühungen auf die mentalitätsgeschichtliche Wirkung dieser Maßnahmen tatsächlich immer gerechtfertigt ist. So kommt beispielsweise Christopher Kopper in seiner Untersuchung der Verkehrspolitik des „Dritten Reichs“ zu dem Ergebnis, dass Planung und Durchführung des Autobahnbaus keiner modernen Raumordnungspolitik gefolgt seien und mithin keine nachhaltig modernisierende Wirkung gehabt hätten.⁴⁸ So richtig dieser Befund im Hinblick auf infrastrukturpolitische Fragestellungen auch sein mag, so wenig kann er aber erklären, warum auch nach 1945 noch die Autobahnen als eine der herausragenden positiven und zukunftsweisenden Errungenschaften nationalsozialistischer Herrschaft im kollektiven Gedächtnis verankert waren. Gerade hier wäre zu fragen, ob nicht die erstaunliche Kontinuität von Modernitätsdeutungen und Selbstbildern aus dem „Dritten Reich“ eine größere Wirkung nationalsozialistischer Sinn- und Deutungsangebote nahe legt, als gemeinhin angenommen. Jenseits der Debatte um die Frage, ob der Nationalsozialismus modern war oder nicht, wäre

⁴⁶ Zum Autobahnbau siehe Anm. 16. Für eine gesamtgesellschaftliche Betrachtung siehe **Brockhaus, Gudrun**: Schauer und Idylle. Faschismus als Erlebnisangebot, München 1997; oder **Reichel, Peter**: Der schöne Schein des Dritten Reichs. Faszination und Gewalt des Faschismus, Frankfurt/M 1993.

⁴⁷ Diese Position wird vor allem von denjenigen vertreten, die generell gegen eine Modernität des Nationalsozialismus argumentieren. Der Behauptung, die Sozialpolitik des „Dritten Reichs“ habe zumindest in der Konzeption moderne Züge getragen, hat dezidiert widersprochen **Schildt, Axel**: NS-Regime, Modernisierung und Moderne. Anmerkungen zur Hochkonjunktur einer andauernden Diskussion, in: Tel Aviver Jahrbuch für deutsche Geschichte, 1994, Bd.23, S.3-22. Für einen Überblick zur Debatte vgl.: Kershaw: NS-Staat, insbesondere S.270. Einen Überblick zum Forschungsstand der Sozialgeschichte des „Dritten Reichs“ bietet **Bessel, Richard**: Living with the Nazis. Some Recent Writing on the Social History of the Third Reich, in: European History Quarterly, 1984, Bd.14, S.211-220. Im Hinblick auf das Volkswagenprojekt argumentiert ähnlich: Mommsen: Volkswagenwerk.

⁴⁸ **Kopper, Christopher**: Modernität oder Scheinmodernität nationalsozialistischer Herrschaft. Das Beispiel der Verkehrspolitik, in: Christian Jansen, Lutz Niethammer und Bernd Weisbrod (Hrsg.): Von der Aufgabe der Freiheit. Politische Verantwortung und bürgerliche Gesellschaft im 19. und 20. Jahrhundert, Berlin 1995, S.399-411.

daher zu klären, inwieweit NS-Modernitätskonzeptionen noch bis weit in die 50er-Jahre hinein das Modernitätsverständnis der Bundesrepublik zu prägen vermochten. Konkret soll also anhand der Autosymbolik nach systemübergreifenden Entwicklungslinien und Merkmalen einer Politisierung der Technik gefragt werden. Lässt die Bedeutungsprägung des Automobils in der politischen Öffentlichkeit Rückschlüsse auf Ursachen und Formen eines Geschichtsbildes zu, welches die Entwicklung in Deutschland als eine Art Sonderweg in die Moderne erscheinen ließ? Konkretisiert sich in der konstruierten Identität deutscher Autos die Annahme national unterschiedlicher Technikstile, die ihrerseits wieder auf die Konstruktionsprozesse nationaler Identität verweisen?

Um die am Automobil symbolisch verdichteten Identitätskonstruktionen und Modernitätsbilder systematisch darstellen zu können, muss das den Untersuchungsgegenstand umgebende Sinn- und Bedeutungsgeflecht entschlüsselt werden. Dies kann nur durch eine hermeneutische Herangehensweise geschehen, die versucht, im verstehenden Nachvollziehen das Welterleben vergangener Generationen zu erschließen. Das methodische Konstrukt einer Diskursanalyse, das in den Kulturwissenschaften stark in Mode gekommen ist, erweist sich dabei aus zwei Gründen als wenig hilfreich.⁴⁹ Zum einen existiert kein klar ein- und abgrenzbarer Autodiskurs, sondern man hat es mit einer Vielzahl äußerst heterogener Themenfelder zu tun, in denen das Automobil thematisiert wurde und wird. Zum anderen zielt die Fragestellung der vorliegenden Arbeit nicht primär auf die Regeln des Diskurses, sondern fokussiert auf die inhaltlichen und thematischen Aspekte der öffentlichen Verständigung über das Auto.⁵⁰ Paradigmatisch für das hier anvisierte Vorgehen ist das von Clifford Geertz entwickelte Konzept der „Dichten Beschreibung“.⁵¹ Aus der Analyse sozialer Praktiken, kommunikativer Akte und bildhafter Darstellungen gewinnt der Ethnologe Geertz Stück für Stück ein komplexes und zusammenhängendes Bild des Sinn- und Bedeutungsgeflechts einer Kultur. Ganz ähnlich soll im Folgenden aus einer Vielzahl historischer Zeugnisse ein Gesamtbild entstehen, das im Ergebnis mehr ist als die Summe seiner Teile und daher nur aus der Interdependenz der Quellenfundstücke rekonstruiert werden kann. Dazu müssen möglichst breit gefächerte Textkorpora auf übergreifende Sinnstrukturen hin untersucht werden.

⁴⁹ Zur Funktion der Diskursanalyse für die Geschichtswissenschaft vgl. **Landwehr, Achim:** Geschichte des Sagbaren. Einführung in die Historische Diskursanalyse, Tübingen 2001.

⁵⁰ Den Versuch, die Ebene zwischen Ideen- und Sozialgeschichte zu thematisieren, konzeptualisiert **Schöttler, Peter:** Mentalitäten, Ideologien, Diskurse. Zur sozialgeschichtlichen Thematisierung der „dritten Ebene“, in: Alf Lüdtke (Hrsg.): Alltagsgeschichte. Zur Rekonstruktion historischer Erfahrungen und Lebensweisen, Frankfurt/M und New York 1989, S.85-136.

⁵¹ **Geertz, Clifford:** Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme, Frankfurt/M 1987.

Dabei handelt es sich in erster Linie um Texte, die über eine Tiefenstruktur verfügen. Das bedeutet, dass die vom Autor bewusst herausgearbeiteten, oftmals aber auch gänzlich unreflektierten Werthaltungen und Einstellungen, die den Text gleichsam präfigurieren und eine Art unsichtbares Gerüst bilden, in einer Analyse der dem Text zugrunde liegenden Sinnstruktur erkennbar werden. Solche Texte erlauben indirekte Rückschlüsse auf den kulturellen Kontext, in dem sie entstanden sind, weil sie sich referentiell auf die Sinn- und Bedeutungsbestände ihrer Zeit beziehen und immer schon an ihnen teilhaben. Die vorliegende Dissertation kann sich daher nicht auf die Auswertung und Darstellung verkehrsgeschichtlicher, technik- oder sozialhistorischer Zusammenhänge beschränken. Tatsachen und Fakten im Hinblick auf Designaspekte, konstruktive Entwicklungen, aber auch verkehrspolitische Maßnahmen, Absatzzahlen, Unfallstatistiken und dergleichen sperren sich größtenteils gegen eine hermeneutische Erschließung der dem Auto zugrunde liegenden Sinnstruktur oder provozieren, wenn punktuell auf ihren symbolischen Gehalt befragt, oftmals hochgradig spekulative Äußerungen. Ob beispielsweise mit dem „Einstieg des schönen Geschlechts in das Auto“ tatsächlich ein völlig neues Konsummodell entstand, wie Hermann Glaser aus der Begutachtung einiger Werbeanzeigen der Weimarer Jahre folgert, darf in Anbetracht der auch weiterhin sehr niedrigen Absatzzahlen und der verschwindend geringen Zahl weiblicher Führerscheinbesitzer in dieser Zeit bezweifelt werden. Und wenn Dietmar Klenke angesichts der vielen Verkehrsunfälle in den Nachkriegsjahren auf ein Fortwirken militärischer Verhaltensmuster im Straßenverkehr schließt, bleibt zunächst wohl vor allem die empirische Beweisführung auf der Strecke.⁵²

Eine herausragende Funktion für die Untersuchung der Autosymbolik kommt vor allem der Berichterstattung in der Tagespresse zu. Sie erlaubt nicht nur einen guten Zugriff auf die zeitspezifische politische Erfahrungswelt, sondern ermöglicht auch einen Überblick über die generellen Entwicklungslinien, temporären Trends und prägenden Ereignisse in Zusammenhang mit der Autosymbolik.⁵³ Darüber hinaus können die Zeitungsberichte relativ problemlos über verschiedene Pressearchive systematisch und vollständig erfasst werden.⁵⁴

⁵² Siehe: Glaser: *Automobil*, S.30f; und **Klenke, Dietmar**: Die deutsche Katastrophe und das Automobil. Zur „Heils“geschichte eines nationalen Kultobjekts in den Jahren des Wiederaufstiegs, in: Michael Salewski und Ilona Stölken-Fitschgen (Hrsg.): *Moderne Zeiten. Technik und Zeitgeist im 19. und 20. Jahrhundert*, Stuttgart 1994, S.157-173.

⁵³ **Kiefer, Markus**: Auf der Suche nach nationaler Identität und Wegen zur deutschen Einheit. Die deutsche Frage in der überregionalen Tages- und Wochenpresse der Bundesrepublik 1949-1955, Frankfurt/M 1992, hat den Versuch unternommen, auf der Basis einer Auswertung von Presseartikeln zu Einblicken in nationale Selbstthematisierungen und Identitätskonstruktionen zu gelangen.

⁵⁴ Das Hamburgische Weltwirtschaftsarchiv verfügt über eine weltweit einzigartige Sammlung von thematisch sortierten Presseauschnitten aller überregionalen und einer Vielzahl regionaler Tageszeitungen und Magazine. Ausschließlich auf der Basis dieser Bestände ist **Schildt, Axel**: Vom Wohlstandsbarometer zum Belastungsfaktor. *Autovision und Autoängste in der westdeutschen Presse von den 50er- bis zu den 70er-Jahren*,

Neben den Tageszeitungen ergänzen die Motorpresse sowie verschiedene Zeitschriften und Illustrierte die Quellengrundlage der vorliegenden Dissertation. Motorjournale und Vereinszeitungen wie etwa die „ADAC-Motorwelt“ oder „Das Auto, Motor und Sport“ sind vor allem deshalb wertvoll, weil sie nahezu den gesamten Untersuchungszeitraum über erschienen sind und somit eine kontinuierliche Materialbasis darstellen.⁵⁵ Illustrierte, wie „Der Stern“ oder die „Berliner Illustrierte Zeitung“, hatten aufgrund ihrer großen Popularität und der hohen Auflagenzahl ebenfalls einen nicht unerheblichen Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung des Automobils und erreichten dabei auch solche Leserschichten, deren Interesse am Automobil nicht so ausgeprägt war, als dass sie zum Kundenkreis der Motorpresse gehört hätten.⁵⁶ Dies gilt insbesondere für das politische Magazin „Der Spiegel“, der mit seinen Titelgeschichten und Hintergrundberichten rund um das Automobil wichtige Impulse zu setzen vermochte.⁵⁷

Die Schwerpunktsetzung auf Printmedien erfolgt in der Annahme, dass in den 30er- bis 50er-Jahren Zeitungen und Zeitschriften nach wie vor die wichtigste Plattform und Vermittlungsinstanz für die Formierung einer Öffentlichkeit waren.⁵⁸ Zwar etablierten sich mit Rundfunk und Fernsehen neue Medien, doch der Einfluss der Meinungs- und Deutungseliten im Printsektor blieb nach wie vor groß und hat sich bis in die heutigen Tage erhalten. Hinzu kommt, dass die Auswertung von Rundfunk- und Fernsehsendungen in

in: Hans L. Dienel und Helmut Trischler (Hrsg.): Geschichte der Zukunft des Verkehrs. Verkehrskonzepte von der Frühen Neuzeit bis zum 21. Jahrhundert, Frankfurt/M 1997, S.289-310. Ähnlich das Zeitungsausschnittsarchiv des Bundespresseamts in Berlin, wo seit 1949 die Tagespresse nach Themenfeldern sortiert archiviert worden ist. Über eine große Sammlung chronologisch geordneter regionaler- und überregionaler Zeitungen verfügt das Pressearchiv der Staatsbibliothek zu Berlin. Zur Presselandschaft im Nationalsozialismus siehe **Toepser-Ziegert, Gabriele**: Funktionswandel. Die Entwicklung der Medien im nationalsozialistischen Herrschaftssystem, in: Medium, 1988, Bd.18, S.29-32. Ein Darstellung der Pressezensur durch den NS-Propagandaapparat gibt **Hagemann, Jürgen**: Die Presselenkung im Dritten Reich, Diss., Bonn 1969. Zur Geschichte der Presse nach 1945 siehe **Wilke, Jürgen (Hrsg.)**: Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn 1999; oder **Pross, Harry**: Zeitungsreport. Deutsche Presse im 20. Jahrhundert, Weimar 2000.

⁵⁵ Für einen Überblick siehe **Kubisch, Ulrich**: Das Automobil als Lesestoff. Zur Geschichte der deutschen Motorpresse 1898-1998, Wiesbaden 1998.

⁵⁶ „Der Stern“ erreicht 1954 eine Auflagenzahl von 8,4 Millionen Exemplaren, die Zeitschrift „Quick“ kam im selben Jahr auf immerhin 5,7 Millionen Exemplare. Stellt man zudem in Rechnung, dass allein die „ADAC-Motorwelt“ 1965 mit einer Auflage von einer Million Stück gedruckt wurde und ein Heft im Durchschnitt von 3,4 Personen gelesen wurde, dann gewinnt man einen Eindruck von der enormen Breitenwirkung, die durch die Motorjournale und die Illustrierten erzielt wurde. An einem Preisausschreiben der Zeitschrift „Das Auto, Motor und Sport“ im Jahre 1962 beteiligten sich 120.000 Leser. Eine Umfrage unter Lesern dieser Zeitschrift, die im Jahr 1967 durchgeführt wurde, ergab, dass insgesamt 5,7% der gesamten männlichen Bevölkerung Westdeutschlands die „Auto, Motor und Sport“ lasen, wobei ein Heft der insgesamt 330.000 Stück starken Auflage im Durchschnitt von sechs Personen gelesen wurde.

⁵⁷ Ausgewertet wurden die Ausgaben von 1947 bis 1974. In diesem Zeitraum erschienen etwa 30 Titelgeschichten die sich mit dem Automobil oder der Motorisierung befassten. Die Erste war: Porsche von Fallersleben, in: Der Spiegel vom 4. Mai 1950, S.21-25. Zu den Anfängen der Zeitschrift und der Etablierung als politisches Leitmedium siehe **Brawand, Leo**: Der Spiegel. Ein Besatzungskind. Wie die Pressefreiheit nach Deutschland kam, Hamburg 2006.

⁵⁸ Zur Funktion der Medien für die Formierung der Öffentlichkeit siehe **Bösch, Frank und Norbert Frei (Hrsg.)**: Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert, Göttingen 2007.

technischer und methodischer Hinsicht einen erheblichen Mehraufwand nach sich gezogen hätte, der in keinem angemessenen Verhältnis zum vermuteten Erkenntnisgewinn gestanden hätte. Das Fernsehen entfaltete ohnehin erst gegen Ende des Untersuchungszeitraums seine volle Wirkung. Ebenso wie der Rundfunk griff es das Thema Automobil zwar gelegentlich auf, da der Schwerpunkt des Programms aber die Unterhaltung blieb, wurden weder im Rundfunk noch im Fernsehen die verschiedenen Akteure und Strömungen des Autodiskurses vollständig abgebildet.⁵⁹ Ebenfalls nicht herangezogen für die vorliegende Untersuchung wurde Werbematerial. Ausschlaggebend war auch hier die Erwägung, sehr heterogenes und schlecht zugängliches Quellenmaterial zu meiden.⁶⁰ Dafür spricht neben erheblichen Problemen bei der Quellenkritik außerdem die Tatsache, dass Werbung in erster Linie auf die differenzierenden Merkmale unterschiedlicher Automarken abzielt und somit nur einen beschränkten Aussagewert im Hinblick auf nationale Eigenschaftszuschreibungen und Identitätsmerkmale besitzt. In der Literatur hat das Auto zwar schon früh eine gewisse Bedeutung erlangt, war aber zumeist mehr Stilmittel denn zentrales Thema und ist insbesondere nach 1933 nur sehr selten so prägend in Erscheinung getreten, dass dies einen nennenswerten Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung gehabt hätte.⁶¹

Einen stärker institutionalisierten Zugriff auf das Thema bieten die Internationalen Automobilausstellungen. Diese wurden in regelmäßigem Turnus abgehalten, jährlich

⁵⁹ Zur Geschichte des Rundfunks siehe **Dahl, Peter**: Radio. Sozialgeschichte des Rundfunks für Sender und Empfänger, Reinbek 1983. Ein Standardwerke zur Fernsehgeschichte hat verfasst **Hickethier, Knut**: Geschichte des deutschen Fernsehens, Stuttgart 1998.

⁶⁰ Die Werbung hatte zudem durch die von der NS-Regierung durchgeführte Beschneidung ihres Freiraums, wie etwa durch das Gesetz über Wirtschaftswerbung vom 12. September 1933, an Bedeutung als Kommunikationskanal verloren. Für eine Einführung in die Geschichte der Werbung siehe **Borscheid, Peter und Clemens Wischermann**: Bildwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Stuttgart 1995; zudem **Kriegeskorte, Michael**: 100 Jahre Werbung im Wandel, Köln 1995. Zur Geschichte der Automobilwerbung im „Dritten Reich“ siehe **Borscheid, Peter**: Autowerbung in Deutschland 1886-1945, in: Hans Pohl (Hrsg.): Traditionspflege in der Automobilindustrie, Stuttgart 1991, S.61-103. Für eine kommentierte Auswahl von Werbeplakaten aus verschiedenen Jahrzehnten siehe **Andersohn, Uwe**: Automobilgeschichte in alten Anzeigen, Dortmund 1984. Die Automobilwerbung in der Bundesrepublik untersucht **Vaillant, Kristina**: Vom „Ervolkswagen“ zum Designer-Schmuckstück. Automobilwerbung in Publikumszeitschriften, Berlin 1995. Die Autorin wertet ausschließlich die in der Zeitschrift „Der Spiegel“ erschienen Werbeanzeigen der beiden Firmen Opel und Volkswagen aus und kommt allein für den Zeitraum 1950 bis 1990 auf über 700 Fundstellen. Schon diese Zahl verdeutlicht, dass eine systematische und gründliche Auswertung von Werbeanzeigen im Rahmen der vorliegenden Arbeit nicht einmal annähernd hätte geleistet werden können. Zudem ist zu berücksichtigen, dass der Stellenwert von Werbung im Verlauf des Untersuchungszeitraums größeren Schwankungen ausgesetzt war. Während beispielsweise in den 50er-Jahren ein Verkäufermarkt herrschte, nahm die Konkurrenz unter den Autofirmen und damit auch die Bedeutung der Werbung im Verlauf der 60er-Jahre stetig zu. Siehe zur Autowerbung in der Bundesrepublik auch **Kriegeskorte, Michael**: Automobilwerbung in Deutschland 1948-1968, Köln 1994.

⁶¹ Allgemein zum Thema Technik in der Literatur ist **Niemann, Hans-Werner**: Die Beurteilung und Darstellung der modernen Technik in deutschen Romanen des 19. und 20. Jahrhunderts, in: Technikgeschichte, 1979, Bd.46, S.306-320. Zur Darstellung des Automobils in der Literatur siehe **Bayerl, Günter**: Die Darstellung des Autos in der Literatur. Ein Spiegel der Motorisierung, in: Hans Pohl (Hrsg.): Traditionspflege in der Automobilindustrie, Stuttgart 1991, S.201-237. Ausführlicher und auf der Basis der Theorie vom Automobil als „Kollektivsymbol“ ist **Reinecke, Siegfried**: Mobile Zeiten. Eine Geschichte der Autodichtung, Bochum 1986.

zwischen 1933 und 1939 in Berlin und dann wieder seit 1951 alle zwei Jahre in Frankfurt.⁶² Während der üblicherweise ein bis zwei Wochen betragenden Messedauer trafen hier die wichtigsten Akteure aus Politik, Wirtschaft und Medien aufeinander. Für einige Tage rückte das Automobil nicht nur in das Rampenlicht der Öffentlichkeit, sondern auch ins Zentrum politischer Pläne, betriebswirtschaftlichen Kalküls und medialer Aufmerksamkeit. Die Messehallen waren somit nicht nur ein Ort der Präsentation und Darstellung des Autos, sie fungierten darüber hinaus als eine Art „Denkraum“, eine konkrete räumliche und zeitliche Entität, auf die sich das Denken und Sprechen über das Automobil beziehen konnte. Ein Raum, in dem Perspektiven justiert und aktualisiert werden konnten, weil er dem Erinnern, Beurteilen und Planen der Akteure einen Rahmen bot.⁶³ Politiker, Industrielle, Journalisten und einfache Leute, die als Besucher gekommen waren, fanden hier eine Plattform, auf der ihre Ansichten kommunizierbar und ineinander übersetzbar wurden. Die Ausstellung fungierte damit als eine Art osmotischer Punkt, an dem politische Deutungsmuster und Wertbestände in die Sphäre des Technischen gleichsam hineindiffundieren konnten. Die internationalen Messen sind also ein entscheidender Kristallisationspunkt, an dem die Identitätskonstruktionen rund um das Automobil sichtbar gemacht werden können, weil hier die Verknüpfung von Auto und Nation nicht nur gedanklich, sondern auch räumlich vollzogen wurde. Um die öffentliche Inszenierung des Automobils auf formgebende Motive und strukturierende Leitideen verschiedener Akteure hin zu befragen, wurden sehr unterschiedliche Quellen aus dem Umfeld der Ausstellungen ausgewertet. Neben der Sekundärüberlieferung in den Printmedien wurden Berichte und Dokumentationen der Akteure selbst herangezogen, um die Wahrnehmung der Ausstellungen aus verschiedenen Perspektiven abbilden zu können. Diese Vertextungen der Ausstellungen erfolgten allerdings immer erst in Nachhinein und sind somit oftmals selbst wiederum ein Teil der Inszenierung des Automobils. Um einen direkteren Zugang zu Motiven sowie zu Mitteln der Darstellung und Präsentation des Automobils zu erhalten, wurde Archivmaterial gesichtet, welches die Vorbereitung und Durchführung der Ausstellungen dokumentiert. Dazu zählen Rundschreiben der jeweiligen Verbände und Protokolle von vorbereitenden Sitzungen,

⁶² Einen Überblick über die Geschichte der Automobilausstellungen in Deutschland bietet **Stuhlemmer, Rupert**: 50 Jahre Automobilausstellungen in Deutschland 1897-1983, Frankfurt/M 1983.

⁶³ Zur Bedeutung von Ausstellungen als symbolischer Erinnerungsraum und Rahmen für gedankliche Orientierung siehe **Kroker, Evelyn**: Die Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts. Industrieller Leistungsnachweis, Konkurrenzverhalten und Kommunikationsfunktion unter Berücksichtigung der Montanindustrie des Ruhrgebietes 1851-1880, Göttingen 1975. Siehe zudem **Rydell, Robert W.**: All the World's a Fair. Visions of Empire at American International Expositions 1876-1916, Chicago und London 1987.

Redemanuskripte, Pressekonferenzen, Prospekte, Skizzen von der Gestaltung der Messestände, etc.⁶⁴

Die Ergebnisse der Untersuchung nationaler Identitäts- und Modernitätskonstruktionen am Automobil werden im Folgenden in Form einer chronologischen Darstellung der Autosymbolik dargelegt. Im Gegensatz zu einer eher an systematischen Kriterien orientierten Darlegung bietet diese Form der Präsentation den Vorteil, Genese und Form der symbolischen Zuschreibungen im Verlauf darstellen zu können. Die Arbeit gliedert sich daher in drei Teile, von denen einer die Jahre des „Dritten Reichs“ behandelt, während der Zweite den Zeitraum von 1945 bis 1974 umfasst. Der dritte Teil soll einen Ausblick auf die Endphase der politischen Inszenierung des Automobils geben. In den zwei Kapiteln des ersten Teils soll zunächst geschildert werden, wie das Automobil von den Nationalsozialisten als Symbol für den Aufbruch Deutschlands in eine national politisierte Moderne inszeniert wurde (2.1). Der Aufschwung der Automobilindustrie wurde von der NS-Propaganda geschickt genutzt, um den politischen Systemwechsel als Ausweg aus den Krisenjahren der Weimarer Republik darzustellen. Zugleich wurde das mit großem propagandistischem Aufwand in Szene gesetzte Motorisierungsprogramm als Eckpfeiler einer umfassenden gesellschaftlichen Modernisierung präsentiert, die eine neue und spannende Zukunft unter den Vorzeichen einer nationalsozialistischen Volksgemeinschaft verhieß. Neu erschien dabei vor allem eine als spezifisch nationalsozialistisch dargestellte Politisierung des Fortschrittsbegriffs. Kapitel 2.2 soll anknüpfend an diese Befunde am Beispiel des Automobils nachzeichnen, wie die Aufladung der Technik mit gesellschaftspolitischen Wertvorstellungen konkret vollzogen wurde. Dabei wird zu zeigen sein, dass neben der Regierung auch die Autoindustrie ein wichtiger Akteur mit großem Einfluss auf die Bedeutungsprägung des Automobils war. Während das Regime vor allem aus rüstungswirtschaftlichen Motiven eine Rationalisierung und Normierung der Produktion vorantreiben wollte, war die Industrie primär daran interessiert, nicht in den Ruf zu geraten, billige Massenware herzustellen, sondern ein Image konstruktiver Fortschrittlichkeit und handwerklicher Qualität zu wahren. Gegen das von

⁶⁴ Dieses Material wurde über die Archive der deutschen Automobilhersteller erschlossen. Umfang und Qualität des ausgewerteten Materials differierten erheblich. Während die Adam Opel AG lediglich einige Fotos archiviert hatte, ist die Dokumentation des Konzernarchivs der Daimler AG äußerst umfangreich und gut erschlossen. BMW, Volkswagen, Porsche, Audi und Daimler zeigten sich äußerst hilfsbereit und offen. Leider trifft dies auf den Verband der Automobilindustrie nicht zu. Trotz wiederholter Anfragen wurde mir der Zugang zum Archiv ohne Angabe von Gründen verweigert. Ähnlich ängstlich im Umgang mit der eigenen Vergangenheit zeigte sich der Allgemeine Deutsche Automobilclub, der mir den Zugang zu seinen Unterlagen mit dem Verweis verweigerte, das Archiv sei keine öffentliche Bibliothek. Die entgegenkommende Haltung des Automobilclubs von Deutschland hingegen zeigt, dass auch in der Kraftverkehrsbranche aufgeschlossene Verbände und Organisationen anzutreffen sind. Zu den Archivbeständen siehe **Eyll, Klara van, Beate Brüninghaus und Sibylle Grube-Bannasch (Hrsg.): Deutsche Wirtschaftsarchive. Nachweis historischer Quellen in Unternehmen, Kammern und Verbänden der Bundesrepublik Deutschland, 3. Auflage, Wiesbaden 1994.**

staatlicher Seite propagierte Ideal der Einfachheit und der funktionalen Reduktion auf das Wesentliche konnte die Industrie einen abweichenden Fortschrittsbegriff behaupten, der im Konzept der Wirtschaftlichkeit und des sparsamen Automobils verdichtet war. Abschließend soll gezeigt werden, wie in der öffentlichen Wahrnehmung beide Fortschrittskonstruktionen vor der Negativfolie des amerikanischen Gesellschafts- und Konsummodells zu einem Ethos der Zweckmäßigkeit synthetisiert wurden, welches zum zentralen Identitätskriterium einer als deutsch verstandenen Technik avancierte.

Der zweite Teil der Arbeit beginnt mit einer Darstellung der Situation der Automobilindustrie in den unmittelbaren Nachkriegsjahren. Angesichts einer schlechten Absatzsituation und knapp bemessener Rohstoffkontingente griff die Industrie den im „Dritten Reich“ geprägten Topos von der Kfz-Branche als Schlüsselindustrie wieder auf, um unter Verweis auf die volkswirtschaftliche Bedeutung des Automobils für den nationalen Wiederaufbau die eigenen Interessen gegenüber dem Staat effizienter vertreten zu können. Diese gedankliche Koppelung von Automobil und Wohlstand entfaltete ihre volle Wirkung allerdings erst in den verkehrspolitischen Debatten der 50er-Jahre. Anhand von zwei Beispielen soll die Bedeutung der Autosymbolik im Rahmen gesellschaftlicher Auseinandersetzungen um verkehrspolitische Weichenstellungen erörtert werden. Sowohl in der Diskussion um die Finanzierung des Straßenbaus als auch in den Debatten um die Einführung der sogenannten Pendlerpauschale gelang es der Industrie, das Automobil erneut als Symbol für den gesellschaftlichen Aufbruch und den allgemeinen Fortschritt durch Motorisierung fest in der öffentlichen Wahrnehmung zu etablieren (3.1). Während in den 50er-Jahren noch der nationale Wohlstand im Zentrum der Autosymbolik stand, rückte mit der anbrechenden Breitenmotorisierung die Bedeutung des Automobils als Symbol für individuelle Partizipation an den Erfolgen des Wiederaufbaus stärker in den Vordergrund (3.2). In diesem Zusammenhang kann gezeigt werden, wie das Automobil mit zunehmender Verbreitung als Alltags- und Gebrauchsgegenstand auch zum Kristallisationspunkt eines allgemeinen Unbehagens an der modernen Konsumgesellschaft wurde. Am Beispiel der Autosymbolik soll verdeutlicht werden, dass eine vornehmlich an Amerika als negativem Bezugspunkt orientierte Kritik des Massenkonsums Hand in Hand ging mit der Hervorhebung eines spezifisch deutschen Wegs in der Moderne. Dabei werden im Verlauf der Untersuchung vor allem die Kontinuitätslinien zum gedanklichen Konstrukt des bereits im ersten Teil herausgearbeiteten Ethos der Zweckmäßigkeit dargestellt (3.3). Dieses Selbstverständnis eines national geprägten Zugangs zu Technik und Konsum wurde spätestens in der Konjunkturkrise von 1966/67 grundsätzlich in Frage gestellt (4). Dabei wird zu zeigen sein,

dass die an Einfluss gewinnende Motorisierungskritik das im Automobil symbolisch verdichtete Konzept eines anderen Wegs in die Moderne nicht nur für gescheitert erklärte, sondern zugleich auch das Automobil als Projektionsfläche nutzte, um eben dieses Konzept einer anderen Moderne entlang des bekannten Kriteriums der Zweckmäßigkeit neu zu formulieren und zu aktualisieren. Den Kulminationspunkt einer politischen Aufladung des Automobils mit unterschiedlichen Gesellschaftskonzeptionen und gleichzeitig den Endpunkt der vorliegenden Untersuchung bildet die internationale Automobilausstellung von 1973.

2. Die politische Inszenierung des Automobils in der Motorisierungspropaganda der Nationalsozialisten 1933-1945

2.1. Das Automobil symbolisiert den politischen Systemwechsel als Aufbruch Deutschlands in eine verheißungsvolle neue Zeit

2.1.1. Das Automobil als Symbol des Aufbruchs

Am 11. Februar 1933 eröffnete Adolf Hitler die 23. Internationale Automobil- und Motorradausstellung in Berlin. Es war der erste offizielle Auftritt seit seiner Ernennung zum Reichskanzler und entsprechend aufmerksam wurde dieser von der Öffentlichkeit zur Kenntnis genommen. Hitler nutzte den Festakt, um ein Konjunkturprogramm vorzustellen, dessen Herzstück der Straßenbau und die Automobilindustrie bilden sollten.⁶⁵ Großzügige Investitionen in den Bau von Autobahnen, die Abschaffung der Kfz-Steuer sowie die staatliche Förderung des Motorrennsports waren die zentralen Punkte des nationalsozialistischen Motorisierungsprogramms. Damit rückte Hitler das Kraftfahrzeug in der öffentlichen Wahrnehmung an eine zentrale Stelle.

Tatsächlich gewann das Automobil mit dem Machtantritt der Nationalsozialisten erheblich an öffentlicher Bedeutung. Das wachsende Interesse am Auto schlug sich dabei zunächst in einer Fülle von Artikeln über die Konjunktur der Kraftfahrzeugbranche nieder. Sowohl die Tages- als auch Motorpresse berichteten ausführlich über einen regelrechten Boom der Branche, die noch kurz zuvor, in den letzten Jahren der Weimarer Republik, in besonderem Maße von der Rezession betroffen gewesen war. Äußerst bildhaft beschrieb der renommierte Motorjournalist Oskar Weller in einer Sonderbeilage des „Völkischen Beobachters“, wie sich die Situation der Automobilindustrie gewandelt hatte: *„Da schlich an den ungeraden Tagen der Woche ein alter Mann durch die schaurig leeren Hallen, in der einen Hand hatte er einen großen Blechtopf und in der anderen einen Pinsel. Mit dem Pinsel schmierte er auf die schlafenden Maschinen ein wenig Öl, damit sie nicht einrosteten, dann ging er wieder hinaus und sperrte sorgfältig die Tür hinter sich zu. Und heute? Heute siehst du überall fröhliche Gesichter. Die Männer schaffen wieder – sie zeichnen, rechnen, gießen, hämmern, spannen Zylinderblöcke auf Fräsmaschinen, hängen Motoren in die Fahrgestelle, hundert Wagen jeden Tag [...] Wir leben heute in einem anderen Deutschland.“*⁶⁶ Wenngleich diese

⁶⁵ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, in der Broschüre: Kraftfahrt tut not! Zwei Reden zur Eröffnung der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung in Berlin am 11. Februar 1933, S.9. Ein Exemplar der Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1933.

⁶⁶ Völkischer Beobachter vom 11. März 1933. Zur Vereinheitlichung des Texts wurde die Schreibweise der zitierten Stellen hier, wie auch im Folgenden, an die Regeln der neuen Rechtschreibung angepasst.

Darstellung stark übertreibt, so war der Aufschwung der Automobilbranche dennoch beachtlich und eilte dem Index der gesamten industriellen Produktion voraus. So verdoppelte sich beispielsweise die Zahl der Beschäftigten in der Kfz-Industrie bereits im Laufe des Jahres 1933 von 30.000 auf 60.000.⁶⁷ Die Einschätzung, dass sich die Automobilindustrie nach Jahren der Stagnation nun in einer Aufbruchphase befinde, wurde unisono von allen großen deutschsprachigen Tageszeitungen geteilt. „*In Deutschland hat der Aufschwung der Kraftwagen-Industrie alle Erwartungen übertroffen*“, stellte beispielsweise die „Berliner Börsen-Zeitung“ fest. Und im „Hamburgischen Correspondenten“ hieß es, für die deutsche Kraftfahrt habe „*eine neue Epoche begonnen*.“⁶⁸ Man stehe in der Automobilindustrie vor einem Neuanfang, so die einhellige Meinung, und die Industrie habe die Krise der vorangegangenen Jahre endgültig überwunden. In diesem Sinne schrieb das „Berliner Tageblatt“: „*In der Geschichte der deutschen Automobil-Industrie wird das Jahr 1933 als das Jahr ihrer Befreiung von der Vergangenheit zu gelten haben*“.⁶⁹

Große Bedeutung für die Konjunkturwende wurde vor allem der im April von der Reichsregierung beschlossenen Abschaffung der Kfz-Steuer für Neuwagen beigemessen. Sie habe zu einer spürbaren Belebung der Nachfrage geführt und sei ein wichtiges Signal für die Märkte gewesen, so der Tenor. Die Erholung im Automobilsektor sei also vorrangig auf die Initiative der Reichsregierung zurückzuführen und nicht etwa von der Industrie selbst ausgegangen. Diese Ansicht wurde sogar von Vertretern der Automobilindustrie geteilt, die wiederholt öffentlich erklärten, die Entwicklung der eigenen Branche sei in erster Linie eine Folge der veränderten Politik. So stand im Geschäftsbericht der Adam Opel AG für das Jahr 1933 zu lesen, die Wirtschaftspolitik „*unserer nationalen Regierung hat der deutschen Autoindustrie [...] zu einem plötzlichen und beispiellosen Aufschwung verholfen*.“⁷⁰ Der Bericht des Vorstandes von Daimler-Benz für dasselbe Jahr spricht von der „*segensreichen Tätigkeit unserer neuen Regierung*“, während noch „*im Jahre 1932 die gesamte Automobilindustrie unter dem zermürbenden Druck der sich zuspitzenden Krisis und Wirtschaftsnot*“ stand.⁷¹ Direktor Kissel ergänzte auf der Bilanzpressekonferenz, der Weg der Automobilindustrie „*wäre ein dornenvoller geworden, wenn nicht die starke Hand unseres*

⁶⁷ Zur Sonderkonjunktur der Autoindustrie siehe: Edelmann: Luxusgut, S.168-173. Für die Situation vor 1933 siehe **Becker, Achim**: Absatzprobleme der deutschen Pkw-Industrie 1925-1932, Diss., Regensburg 1979.

⁶⁸ Berliner Börsen-Zeitung vom 4. April 1934. Zudem: Neun Monate Ankurbelung im Dritten Reich. Wie die deutsche Kraftfahrt gerettet wurde, in: Hamburgischer Correspondent vom 28. Mai 1933. Beide Artikel stehen exemplarisch für die Fülle von Artikeln aus den Wirtschaftsressorts der Tagespresse, die den Aufschwung der Automobilindustrie kommentieren.

⁶⁹ Berliner Tageblatt vom 3. März 1934.

⁷⁰ Geschäftsbericht der Adam Opel AG für das Berichtsjahr 1933, S.3. Der Bericht findet sich im HWWA unter der Signatur 2DE O43.

⁷¹ Geschäftsbericht der Daimler-Benz AG für das Berichtsjahr 1933, S.4. Eine Kopie des Berichts befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Geschäftsberichte.

Führers in die Gestaltung und Geschicke unseres Vaterlandes eingegriffen hätte. [...] Würde man sich die Aufgabe stellen, aus der deutschen Wirtschaft ein Spiegelbild der allgemeinen deutschen Geschichte zu geben, so könnte dies nicht besser geschehen als durch eine Betrachtung über die deutsche Automobilindustrie. [...] Nach dem unglücklichen Kriegsende [...] und durch übermäßige Belastungen infolge unverständlicher behördlicher Maßnahmen wurde die Lage der deutschen Automobilindustrie immer kritischer und schien Ende 1932 fast hoffnungslos geworden. In größter Not kam die Rettung. Am 30. Januar 1933 nahm die nationale Regierung die Geschicke des deutschen Reichs in die Hand. [...] Welch enorme Erfolge die Maßnahmen der nationalen Regierung unter Führung unseres Kanzlers Adolf Hitler schon im ersten Jahr ihres Wirkens brachten, zeigt eine Gegenüberstellung der Ziffern der in den Jahren 1933 und 1932 neu zugelassenen Kraftfahrzeuge.“⁷² Die graphische Darstellung zu diesen Ausführungen zeigt eine Verdoppelung des Pkw-Absatzes von 41.118 (1932) Fahrzeugen auf 82.048 (1933).

Die Äußerungen Kissels lassen bereits erahnen, dass es nicht nur darum ging, einen kausalen Zusammenhang zwischen der Politik der neuen Reichsregierung und der Sonderkonjunktur der Kraftfahrzeugbranche herzustellen. Staat, Industrie und Presse waren vielmehr bestrebt, den Aufschwung der Automobilindustrie im Kontext eines nationalen Aufbruchs aus der Krise zu interpretieren. Die „nationale Revolution“ habe Deutschland aus der Krise geführt, so die nationalsozialistische Diktion, und dieser Neuanfang habe auch in der Automobilindustrie zu einem Aufbruch geführt. Hitler führte in seiner Rede zur Eröffnung der IAMA im Jahre 1938 rückblickend aus: *„Sie [die nationalsozialistische Partei] trat daher auch nach der Machtübernahme an die verschiedenen Probleme nicht als Einzelaufgabe heran, sondern versuchte deren Lösung im großen Zug einer allgemeinen Wiederbelebung der nationalen Kräfte. Moralische, politische, psychologische und wirtschaftliche Maßnahmen mussten einander ergänzen, um zum gewünschten Gesamtergebnis führen zu können.“*⁷³ Der „Völkische Beobachter“ ordnete den Aufschwung der Automobilindustrie mit viel Pathos in die allgemeine Erfolgserzählung einer Wiedererweckung nationaler Kräfte durch den Nationalsozialismus ein: *„Nicht die Bestrebungen und angeblichen Vorteile zahlreicher wirtschaftlicher Verbände und Automobilclubs, sondern einzig eine rettungsfähige gewaltige Bewegung und die im Volk wurzelnden Kräfte konnten*

⁷² Ansprache des Generaldirektors Wilhelm Kissel vor der Presse am 6. März 1934, S.9. Das Manuskript der Rede befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Kissel, Messen und Ausstellungen.

⁷³ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, in der Broschüre: Das deutsche Kraftfahrzeug Verkehrsmittel des ganzen Volkes. Vier Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1938, S.12. Ein Exemplar der Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1938.

*Schicksalswende und Aufbau erzwingen. Denn Niedergang oder Aufstieg der Wirtschaft und somit auch der Kraftfahrt waren untrennbar verbunden mit Verfall oder Wiedergeburt der Nation. Indem Adolf Hitler Deutschland befreite, bahnte er auch für die Kraftfahrt neue Wege!*⁷⁴ Und die Motorpresse sekundierte: *„Kraft und Kraftfahrt: Zeichen des Dritten Reichs, Wille des Führers [...] Deutsche Kraftfahrt und deutscher Aufbau sind untrennbare Begriffe geworden.“*⁷⁵ In dieser Deutung erschien die Autokonjunktur als symbolische Verdeutlichung eines gesamtgesellschaftlichen Aufbruchs, der durch den politischen Systemwechsel ausgelöst worden war.

Eben diese enge gedankliche und argumentative Verzahnung von politischem Systemwechsel und Aufschwung der Autoindustrie führte dazu, dass das Automobil zu einem weithin sichtbaren und allgemein verständlichen Zeichen für die gesellschaftlichen Veränderungen durch den politischen Systemwechsel wurde. Die Erfolge von Firmen wie Daimler-Benz, Auto Union oder Adler standen in diesem Zusammenhang stellvertretend für den Aufschwung der gesamten Nation. Diese symbolische Bedeutung des Autos war in der Berichterstattung über motorsportliche Erfolge deutscher Firmen besonders präsent. *„Ein einziger, entschlossener Willensvorstoß hat alles dies erreicht. Dieser Wille, wieder zu siegen, entsprang dem machtvollen Antrieb der nationalsozialistischen Revolution; er nährte sich an den zur Einheit geschmiedeten Kräften der gesamten Nation, er fand Wegweiser wie Hitler [...]. Deutscher Stahl wurde in deutschem Feuer von deutschen Fäusten geschmiedet, deutscher Geist schuf den Organismus dieser Motoren, die schließlich von deutschen Fahrern zu einem deutschen Sieg gesteuert wurden.“*⁷⁶ So feierte die Motorpresse den ersten Sieg deutscher Rennwagen seit dem Weltkrieg, der 1934 von Mercedes auf dem Nürburgring errungen wurde. Zugleich stellte sie dieses Ereignis in den Kontext einer gesamtgesellschaftlichen Dynamik. Das „neue Deutschland“, die zu alter Größe erwachte Nation, spiegelte sich hier gleichsam im Lack der schimmernden Boliden wieder – so sahen es viele Zeitgenossen. Für die neuen Machthaber in Berlin boten die internationalen Autorennen eine vorzügliche Möglichkeit, das eigene Programm einer „nationalen Erneuerung“ mit den sportlichen Erfolgen zu identifizieren. Daher gab es bereits kurz nach der Machtübernahme politische Bestrebungen, den Rennsport in Deutschland gezielt zu fördern und für propagandistische Zwecke zu nutzen.⁷⁷ Die Presse griff den Zusammenhang

⁷⁴ Völkischer Beobachter vom 10. März 1934.

⁷⁵ Deutsche Kraftfahrt, 1934, Bd.2, H.5, S.13.

⁷⁶ Deutsche Kraftfahrt, 1934, Bd.2, H.9, S.41f.

⁷⁷ Zur Politisierung des Rennsports im „Dritten Reich“ siehe **Day, Uwe:** Mythos ex machina. Medienkonstrukt Silberpfeil als massenkulturelle Ikone der NS-Modernisierung, Diss., Bremen 2004. Zur Geschichte des Rennsports in Deutschland siehe **Niemann, Harry, Wilfried Feldenkirchen und Armin Hermann (Hrsg.):**

von motorsportlichen Erfolgen und nationaler „Wiedererweckung“ bereitwillig auf. *„Im letzten Rennen vor dem Krieg hatte die deutsche Automobilindustrie durch einen Sieg ohne gleichen ihre Überlegenheit bewiesen“*, schrieb die „Berliner Illustrierte Zeitung“ über die Blüte des deutschen Rennsports im Kaiserreich. Und weiter: *„Das erste Rennen nach dem Krieg zeigte, dass wir nicht nur in der Politik, sondern auch in der Technik ohnmächtig geworden waren.“* Im sportlichen Bereich spiegelte sich also die ganze Misere des besiegten Deutschlands wieder. *„Das Leben eines Staates und Volkes bildet eben eine große organische Einheit. Schäden und Schwächen im Staatswesen führen zu Schäden und Schwächen, zu krankhaften Symptomen auch an Stellen, die scheinbar fernab von aller Politik liegen“*, folgerte die „Berliner Illustrierte Zeitung“ daher.⁷⁸ Und so wie das Automobil die Krise Deutschlands verbildlicht habe, so symbolisiere es nun, dass man sich politisch wieder auf dem richtigen Wege befinde.

Die NS-Regierung nutzte also die Autosymbolik, um das Bild vom politischen Systemwechsel als nationalem Aufbruch zu transportieren. Das Auto sollte jedoch nicht nur symbolisieren, dass sich mit der politischen Wende etwas getan hatte in Deutschland, es sollte darüber hinaus zum Ausdruck dafür werden, dass der Nationalsozialismus die treibende Kraft hinter dem Aufbruch war. Konkret sollte dabei vor allem das bereits frühzeitig von Hitler angekündigte Motorisierungsprogramm der Bevölkerung die gesellschaftliche Dynamik des Nationalsozialismus vor Augen führen. Hitler selbst betonte an verschiedenen Stellen, dass die Motorisierung eine wichtige Funktion für sein Programm des „nationalen Wiederaufbaus“ habe. Als er die IAMA 1933 eröffnet habe, *„befand sich die deutsche Wirtschaft auf einem Tiefpunkt, der das Schlimmste befürchten ließ“*, resümierte Hitler ein Jahr später an demselben Ort. *„Nur Maßnahmen von einschneidender Wirkung und großer Eindringlichkeit konnten vielleicht noch Abhilfe schaffen.“*⁷⁹ Bei der Suche nach einem Ausweg aus der Krise habe er sich zunächst von folgendem Gedanken leiten lassen, so Hitler weiter: *„Während das deutsche Volk früher in der Entwicklung des Verkehrs stets mit der Spitze marschierte, ist es in der Motorisierung des Verkehrs in einer zunächst einfach unverständlichen Weise zurückgeblieben.“* Hitler illustrierte diese Feststellung durch einen Blick auf die amerikanischen Verhältnisse und kam zu dem Ergebnis, dass vor allem die autofeindliche

Die Geschichte des Rennsports, Bielefeld 2002. Zuletzt erschienen ist **Reuß, Eberhard**: Hitlers Rennschlachten. Die Silberpfeile unterm Hakenkreuz, Berlin 2006.

⁷⁸ Berliner Illustrierte Zeitung, 1935, Bd.44, S.637-642.

⁷⁹ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, in der Broschüre: Vollgas Voraus! Drei Reden gehalten aus Anlass der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1934, S.7. Ein Exemplar der Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

Haltung vorangegangener Regierungen die deutsche Automobilindustrie an den Rand des Ruins gebracht habe. „Wenn aber irgendwo, dann musste gerade hier zum entschlossenen Angriff des neuen Regimes angesetzt werden“, denn auf welchem Gebiet könne „mehr Arbeit geschaffen werden, als dort wo man am rückständigsten ist?“⁸⁰ Hitler bezeichnete wiederholt die Automobilbranche als Schlüsselindustrie, von der seiner Ansicht nach starke Impulse für das gesamte Wirtschaftsleben ausgingen. Für ihn bestand ein Wechselverhältnis zwischen Autokonjunktur und wirtschaftlichem Aufschwung, dergestalt, „dass die steigende Motorisierung befruchtet wurde durch die allgemeine Wirtschaftsentwicklung, wie wir umgekehrt nachzuweisen in der Lage wären, dass der allgemeine wirtschaftliche Aufstieg durch die wachsende Motorisierung mitbedingt erscheint.“⁸¹

Diesen Zusammenhang so erkannt und mit der Motorisierung entschlossen einen konjunkturpolitischen Ansatzpunkt gewählt zu haben, wurde nicht nur von den Nationalsozialisten als wichtige Weichenstellung propagiert. Auch die Vertreter der Kfz-Branche bekräftigten immer wieder die Bedeutung des Automobils für den Aufschwung und die daraus resultierende Verantwortung ihrer Branche für das Gemeinwohl. Der Präsident des RDA, Robert Allmers, bemühte Bilder der biologischen Fruchtbarkeit, um diesen Zusammenhang zu umschreiben: Die Automobilindustrie „strahlt ihre Fruchtbarkeit aus, in unzählige Zweige gewerblicher Wirtschaft fällt ihr Saatgut, Leben entsteht überall, gewaltig wächst der Verkehr. Die Automobilindustrie, einst das Stiefkind der Gesetzgebung, ist zum Schrittmacher der deutschen Wirtschaft geworden.“ Ermöglicht habe dies die vorausschauende Politik der nationalsozialistischen Regierung, so Allmers weiter. Das Motorisierungsprogramm zeige, „wie in Zukunft echte Wirtschaftspolitik getrieben werden soll“, und der Erfolg dieser Maßnahme strafe alle jene Lügen, die von der NSDAP immer behauptet hätten, „sie habe ja kein festes Wirtschaftsprogramm, habe nicht genügend Köpfe“.⁸²

Die Zeitgenossen hatten durchaus den Eindruck, Hitler ziele mit der Verkehrspolitik auf größere Zusammenhänge ab. So stellte das Institut für Konjunkturforschung im März 1934 fest: „Die Förderung der Motorisierung unter Leitung des Staates zielt also nicht auf Erhaltung oder Gesundung eines einzelnen Wirtschaftszweigs. Sie stellt überhaupt keine

⁸⁰ Ebd., S.9.

⁸¹ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, in der Broschüre: Das deutsche Kraftfahrzeug Verkehrsmittel des ganzen Volkes. Vier Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1938, S.12. Ein Exemplar der Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1938.

⁸² Eröffnungsrede vom 1. Vorsitzenden des RDA Allmers, in der Broschüre: Wille wirkt Wunder. Drei Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1935, S.4. Eine Kopie der Broschüre befindet sich im HWWA unter der Signatur K/71.

vereinzelte Maßnahme dar, sondern ist ein Teil eines großen, umfassenden Planes. Denn Motorisierung ist gleichbedeutend mit Mobilisierung der Lebenskräfte in Volk und Wirtschaft.“⁸³ Zentral war dabei die Argumentationsfigur, dass derjenige, ein Automobil erwerbe beziehungsweise den Erwerb eines Wagens fördere, damit die gesamte Volkswirtschaft unterstütze; „denn jedes Automobil beschäftigt bei seinem Entstehen, seinem Betrieb und Unterhalt zahlreiche Menschen und Familien. Mit steigendem Kraftwagenabsatz haben weitere Arbeiter- und Angestelltenmassen die Möglichkeit, in den allgemeinen Produktionsprozess eingereiht zu werden. Das Kraftfahrzeug nährt Menschen!“⁸⁴ Dass diese Argumentation ebenso gut für das Fahrrad oder den Hausbau hätte gelten können, spielte in der öffentlichen Wahrnehmung keine Rolle. Nur dem Automobil wurde die Antriebsdynamik zugeschrieben, die eine ganze Volkswirtschaft in Bewegung versetzen konnte. Das Automobil wurde in der Presse der 30er-Jahre gleichsam als Motor der gesamten Wirtschaft dargestellt. Der „Takt der Motoren“ sei zum „Pulsschlag“ der Volkswirtschaft geworden, hieß es in der Presse.⁸⁵ Die „Allgemeine Automobil-Zeitung“ nutzte die Motormetapher, um wirtschaftliche Zusammenhänge bildlich darzustellen. Der Motor Deutschlands, die Wirtschaft, sei in den Krisenjahren „kaltgeworden, die Batterie zu schwach, um den Motor in Gang zu bringen.“ Zaghafte konjunkturpolitische Maßnahmen, hier dargestellt als „Putzen der Zündkerzen“, hätten nicht geholfen. Letztlich habe man „aussteigen“ müssen, um den Motor „anzukurbeln“.⁸⁶

Es war in erster Linie das Problem der Arbeitslosigkeit, welches die Regierung nach eigenem Bekunden mit dem Mittel der Motorisierungspolitik bekämpfen wollte. Hier sollte der erste Schritt des nationalen Wiederaufbaus vollzogen werden. Der „Völkische Beobachter“ interpretierte das Motorisierungsprogramm in diesem Zusammenhang als ein „Wirtschaftsprogramm für ein neues Zeitalter [...] Mit einer nur der nationalsozialistischen Staats- und Wirtschaftsauffassung eigenen Gründlichkeit wurde dieses Problem angepackt. [...] Er [Hitler] erkannte die volkswirtschaftliche Bedeutung, die dem rege durchpulsten Verkehr einer Nation zukommt, und verwies die Automobilindustrie im Angriff gegen die Arbeitslosigkeit an den ihr gebührenden Platz, mit an die vorderste Front im

⁸³ Im Auto über den Krisenberg, in: Hamburger Tageblatt vom 17. April 1934.

⁸⁴ Besonders die Automobilindustrie machte sich diese Position in ihren Werbekampagnen zu Eigen. Die hier zitierte Passage entstammt einem Werbefaltblatt der Firma Daimler-Benz für die IAMA 1934. Eine Kopie des Faltblatts befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

⁸⁵ Siehe zum Beispiel: Motor, 1935, Bd.23, H.2, S.25, für eine Darstellung des Wirtschaftsgeschehens in Autometaphern.

⁸⁶ Allgemeine Automobil-Zeitung, 1933, Bd.34, H.1, S.3f.

Wirtschaftskampf.⁸⁷ Das Bild vom Automobil als Speerspitze im Kampf gegen die Arbeitslosigkeit fand natürlich auch bei den Herstellern viel Zustimmung und wurde nach Kräften gefördert. Das Auto sei eine Art *„Stoßtrupp in der deutschen Arbeitsschlacht“*, formulierte Auto Union-Vorstandsmitglied Claus Detlef von Oertzen in militärischem Tonfall.⁸⁸ In seiner Ansprache auf dem Presseempfang der Firma Daimler-Benz auf der IAMA 1934 stellte Vorstandsmitglied Kissel fest: *„Mit klarer Überlegung setzte die nationale Regierung den Hebel zur Ingangbringung der Wirtschaft da an, wo die Möglichkeiten vervielfachten Effekts am stärksten gegeben waren. [...] In vorderster Front eingesetzt, war es unserer Industrie möglich, im Kampf gegen die Arbeitslosigkeit wahrhaft große Erfolge zu erzielen.“* Der Führer habe schon 1933 die *„Bedeutung der deutschen Kraftfahrt und der Automobilindustrie für den Wiederaufbau unseres Vaterlandes herausgestellt.“*⁸⁹

Hier wurde der Nationalsozialismus gleichsam selbst zum Motor eben jener gesellschaftlichen Veränderungsprozesse, die durch die Motorisierung ausgelöst werden sollten. Die „nationale Revolution“ erschien als Antrieb einer politischen und wirtschaftlichen Bewegung, die mit dem Epochenbruch von 1933 in Gang gesetzt worden war. Das Automobil eignete sich in hervorragender Weise, um diesen Zusammenhang symbolisch zu transportieren. Die Attribute „dynamisch“ und „modern“, mit denen der Nationalsozialismus identifiziert wurde, fanden sich am Automobil in geradezu idealtypischer Ausprägung. Hitler selbst betonte, die Motorisierung sei ein *„Zeichen der frischen Kraft des jungen nationalsozialistischen Deutschland“*. Die Motorisierung als eine Art Élan Vital des „Dritten Reichs“ deutend, führte Hitler in seiner Eröffnungsrede am Kaiserdamm weiter aus: *„Irgendwie nehmen daher jugendliche Völker zum Problem der Motorisierung eine besonders bejahende Stellung ein. Es ist dies auch ein Zeichen der frischen Kraft unseres eigenen Volkes, dass es sich mit richtigem Fanatismus jenen Erfindungen hingibt, die unserem heutigen Verkehr die Grundlagen und Gestaltungen geben.“*⁹⁰ In der symbolischen Bedeutung stand das Auto für Bewegung und Dynamik. Die Motorisierungspropaganda sollte in der Öffentlichkeit daher vor allem den Eindruck erwecken, die neue Regierung gehe die Probleme des Landes mit

⁸⁷ Völkischer Beobachter vom 14. Februar 1935.

⁸⁸ Ansprache vom 11. Februar 1935 von Vorstandsmitglied Klaus Detlef von Oertzen anlässlich der Vorbesichtigung der neuen Modelle für die IAMA 1935, S.6. Eine Abschrift befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Signatur C.3.2.

⁸⁹ Geleitworte zu der bevorstehenden Internationalen Automobil- und Motorradausstellung vom 26. Februar 1934, unterzeichnet von Vorstandsmitglied Kissel. Eine Abschrift findet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Kissel, Messen und Ausstellungen.

⁹⁰ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, abgedruckt in der Broschüre: Kräfte sammeln, Kräfte lenken, Kräfte sparen. Drei Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1939, S.7. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen Ausstellungen, Berlin 1939.

Entschlossenheit und Tatkraft an, mit der Absicht, ernsthaft etwas zu bewegen. Der „Völkische Beobachter“ stellte im Rückblick auf fünf Jahre Motorisierungsprogramm fest: *„Der ungeheure Bogen, der vom Zustand der Automobilwirtschaft Ende 1932 bis zum Volkswagen geschlagen worden ist, versinnbildlicht deutsch und handgreiflich, was der Nationalsozialismus in den letzten fünf Jahren zu leisten vermocht hat.“*⁹¹ Vor allem die Automobilausstellungen sollten den plastischen Beweis dafür liefern, dass durch die Maßnahmen der nationalsozialistischen Regierung das Ende der wirtschaftlichen und politischen Krise Deutschlands bewirkt worden sei. In einem Rundschreiben des RDA hieß es, die Werbung für die Ausstellung 1934 betreffend: *„Die Ausstellung soll nach dem Willen des Führers unter dem Zeichen der zunehmenden Motorisierung stehen und als Symbol einer besonders wirksamen Arbeitsbeschaffung der breitesten Öffentlichkeit zugänglich sein.“*⁹² Um dies zu unterstreichen, stand die IAMA 1934 unter dem Motto „Vollgas Voraus“, die folgende IAMA unter dem Motto „Wille wirkt Wunder“.⁹³ Nach dem Willen der NS-Führung sollten die Ausstellungen zum Gradmesser der Erfolge des nationalsozialistischen Deutschlands werden. *„Größer, schöner und eindrucksvoller denn je wird sich die Automobilausstellung 1938 in Berlin als internationales Ereignis vor hunderttausenden von Besuchern aufbauen – nicht nur als Leistungsausweis eines einzelnen Industriezweiges, nicht nur als ein Vergleich zwischen deutscher und fremder Arbeit, sondern auch als Kundgebung eines machtvollen Aufstieges, der in besonderer Weise die Tat des Führers ist.“*⁹⁴

Abseits all dieser glänzenden und glitzernden Inszenierungen, fand das von Hitler 1933 angekündigte Motorisierungsprogramm seinen konkreten Niederschlag zunächst in einem Bündel von verkehrspolitischen Maßnahmen, die größtenteils in das Jahr 1933 fielen.⁹⁵ Im April wurde die Kfz-Steuer abgeschafft, zunächst nur für Neuwagen, später im Jahr dann auch für Gebrauchtwagen. Im Mai erfolgte die Bekanntmachung des Straßenbauprogramms, am 27. Juni dann die Gründung des „Unternehmens Reichsautobahnen“ unter der Leitung von Fritz Todt. Todt war Straßenbauingenieur und hatte, anknüpfend an Pläne des

⁹¹ Völkischer Beobachter vom 19. Februar 1938.

⁹² RDA Rundschreiben vom 31. Januar 1934, Zeichen Nw/Ob. Ein Exemplar des Rundschreibens findet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

⁹³ Siehe: Stuhlemmer: Automobilausstellungen.

⁹⁴ Deutsche Kraftfahrt, 1938, Bd.6, H.2, S.7ff. Ähnlich äußerte sich mit Blick auf die Wahrnehmung des Auslandes: Automobiltechnische Zeitschrift, 1939, Bd.42, S.185ff: *„Es ist also für jeden ausländischen Besucher der Berliner Autoschau immer wieder auf das deutsche Wirtschaftswunder vor allem zu zeigen und zu erklären! Wir sind tatsächlich nicht verschuldeter, nicht ärmer – sondern reicher geworden. [...] Es gibt sehr viele Menschen die einen Wagen kaufen wollen und bezahlen können [...] nämlich aus dem sehr einfachen Grunde, weil die Leute von Tag zu Tag wohlhabender werden und der Besitz eines Kraftfahrzeuges sehr obenan in der Wunschreihe fast aller unserer Volksgenossen steht.“*

⁹⁵ Für einen knappen Überblick über das Motorisierungsprogramm vgl. **Hochstetter, Dorothee:** Motorisierung und Volksgemeinschaft. Das Nationalsozialistische Kraftfahrerkorps 1931-1945, München 2005, S.151-166; sowie: Edelmann: Luxusgut, S.173-180.

Verkehrsministeriums aus den 20er-Jahren, in einer Denkschrift für den planmäßigen Ausbau von sogenannten „kreuzungsfreien Nur-Autostraßen“ plädiert.⁹⁶ In der Funktion des „Generalinspektors für das Straßenwesen“ unterstand Todt fortan auch der Neu- und Ausbau des Landstraßennetzes, wodurch die bis dahin vorherrschende Zersplitterung der Kompetenzen auf regionale Behörden beendet wurde. Hinzu kam, dass die bislang vom Minister für Binnenschifffahrt vertretenen Interessen der Kraftfahrt fortan ein eigenes Ressort im Verkehrsministerium erhielten. Auffallend ist, dass das Ganze keiner grundlegenden politischen Konzeption entsprang, sondern eher ein Bündel von Ad-hoc-Maßnahmen war, die mehr oder weniger zufällig ineinander griffen. Eine geplante und koordinierte konjunkturpolitische Maßnahme war das Motorisierungsprogramm keineswegs. Allerdings entstand in der Öffentlichkeit durchaus der Eindruck, die Motorisierungsdynamik sei das Ergebnis eines planmäßigen und zielgerichteten Vorgehens. Dieses Bild wurde aber eher rückwirkend konstruiert, um die stattgefundene Entwicklung im Nachhinein als planmäßig darzustellen. Insbesondere seit dem Ausbruch des Krieges wurde das Motorisierungsprogramm als lang angelegtes Rüstungsprojekt dargestellt.⁹⁷ Das war in erster Linie im Interesse der nationalsozialistischen Führung, die damit einen Nimbus vorausschauender Überlegenheit kreierte.

In den Berichten der Tages- und vor allem der Motorpresse stellten die Redakteure das Automobil als Symbol für den Aufbruch und für die neue, wieder erwachte Nation dar. Aber sie waren zumeist nur die Chronisten und Berichterstatter einer Bedeutungsprägung, die sie unter Umständen sogar überzeugend fanden, mit deren gesellschaftlicher Durchsetzung sie allerdings kaum persönliche Interessen verbanden. Als Multiplikatoren waren sie zwar von großer Bedeutung, doch die Deutungsmuster, auf die sie sich in ihren Artikeln bezogen, wurden von anderen Akteuren geprägt und in Umlauf gebracht. Das größte Interesse daran, die Ernennung Hitlers zum Reichskanzler als Aufbruch und Neubeginn erscheinen zu lassen, hatte die neue Regierung selbst. Eine solche Deutung entsprach zum einen den eigenen Erwartungen von einer nationalen Revolution und einer radikalen Abkehr von den Werten und Traditionen der Weimarer Republik. Das Bild vom Aufbruch barg darüber hinaus ein erhebliches Mobilisierungspotential, welches vor allem auf die Teile der Bevölkerung zielte,

⁹⁶ Zur Geschichte der Autobahnen vgl. **Lärmer, Karl**: Autobahnbau in Deutschland 1933-1945. Zu den Hintergründen, Berlin 1975; zudem **Shand, James D.**: The Reichsautobahn. Symbol for the Third Reich, in: *Journal of Contemporary History*, 1984, Bd.19, S.197ff.

⁹⁷ Siehe dazu ausführlicher Kap. 2.1.2 der vorliegenden Arbeit.

die die Zeit vor Hitler als Stagnation und Krise erlebt hatten.⁹⁸ Die öffentlichkeitswirksame Inszenierung der Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen für die groß angelegten Autobahnprojekte sollte verdeutlichen, dass die neue Regierung entschieden Maßnahmen ergriffen hatte, um die Wirtschaftskrise rasch zu bewältigen. In der Presse immer wieder als „großartiges Werk des Führers“ oder „Geschenk des Führers“ dargestellt, war das Bauvorhaben vom Volumen her die größte konjunkturpolitische Maßnahme der nationalsozialistischen Regierung. In einem Zeitraum von drei Jahren wurden rund eine Million Arbeitsplätze geschaffen und 1.000 Straßenkilometer fertig gestellt. Auch wenn die Planungen für den Autobahnbau noch aus Weimarer Tagen stammten, die Konsequenz, mit der sie umgesetzt wurden, erweckte bei den Zeitgenossen das Bild entschlossener Tatkraft. Vom NS-Propaganda-Apparat groß in Szene gesetzt, sollte der Autobahnbau aber nicht nur die Erfolge im Kampf gegen die Arbeitslosigkeit verdeutlichen. Die in Kurvenform dem natürlichen Landschaftsverlauf folgenden „Straßen des Führers“ standen auch beispielhaft für die nationalsozialistische Idee einer Versöhnung von Technik und Natur.⁹⁹

Als Komplement zur Straße spielte das Automobil für die Nationalsozialisten ebenfalls eine wichtige Rolle als Träger für politische Botschaften. Wie groß das Interesse Hitlers daran war, das Auto als politisches Symbol für die Erfolge nationalsozialistischer Arbeitsmarkt- und Wirtschaftspolitik zu nutzen, belegt eine Auseinandersetzung zwischen der Reichskanzlei und dem Reichsverband der Automobilindustrie, die sich im Dezember 1933 zutrug. Nachdem die Internationale Automobil- und Motorradausstellung im Jahre 1933 im Januar stattgefunden hatte, plante der RDA, die Ausstellung 1934 im November abzuhalten, um die Verkaufszahlen in den für gewöhnlich absatzschwachen Herbst- und Wintermonaten zu fördern. Hitler erfuhr durch ein persönliches Gespräch mit seinem Vertrauten und Daimler-Benz-Vorstandsmitglied Jacob Werlin mehr oder weniger zufällig von diesen Plänen. Der Reichskanzler reagierte äußerst ungehalten und machte Werlin unmissverständlich klar, dass er plane, die Eröffnungsfeier zu nutzen, um ein Jahr nach seinem Machtantritt eine öffentliche Bilanz der Erfolge der nationalsozialistischen Wirtschaftspolitik zu präsentieren.¹⁰⁰ Sollte der

⁹⁸ Zum Mobilisierungspotential des Nationalsozialismus siehe **Broszat, Martin**: Soziale Motivation und Führerbindung im Nationalsozialismus, in: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, 1970, Bd.18, S.392-409; sowie: Ders.: Zur Struktur der NS-Massenbewegung, in: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, 1983, Bd.31, S.52-76.

⁹⁹ Zur symbolischen Funktion der Autobahnen im Deutungsangebot des Nationalsozialismus siehe vor allem **Schütz, Erhard und Eckhard Gruber**: Mythos Reichsautobahn. Bau und Inszenierung der „Straße des Führers“ 1933-1941, Berlin 1996. Zur Ästhetik der Autobahnen siehe **Stommer, Rainer (Hrsg.)**: Reichsautobahn. Pyramiden des Dritten Reichs. Analysen zur Ästhetik eines unbewältigten Mythos, Marburg 1982. Die Selbstinszenierung des Nationalsozialismus als völlig neuartige Gesellschaftsform stellt am Beispiel der Autobahnen dar **Reichel, Peter**: Der schöne Schein des Dritten Reichs. Faszination und Gewalt des Faschismus, Frankfurt/M 1993.

¹⁰⁰ Aktennotiz von Werlin über sein Gespräch mit Hitler. Die Notiz befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Kissel, Messen und Ausstellungen.

RDA auf dem Herbsttermin beharren, dann werde Hitler bei der offiziellen Eröffnungsveranstaltung nicht erscheinen. Hitler hatte also die Absicht, die Veränderungen und das bislang Erreichte am Automobil symbolisch zu verdeutlichen. Dafür sprachen auch seine gegenüber Werlin geäußerten Pläne, einen gesonderten Ausstellungsbereich einrichten zu lassen, eine Art „Ehrenhalle“, in der neben den Fortschritten beim Autobahnbau auch der *„bisherige Aufschwung der Automobilindustrie, Absatzziffern, Mehrzahl der beschäftigten Arbeiter in großen Schaubildern gezeigt werden“* sollten.¹⁰¹

Im Zusammenhang mit der Terminfrage ebenfalls bemerkenswert ist das Verhalten des RDA und der Automobilindustrie. Nachdem Werlin am 27. Dezember den Präsidenten des Verbandes, Geheimrat Allmers, über Hitlers Wünsche in Kenntnis gesetzt hatte, verschickte dieser nur zwei Tage später ein Rundschreiben, in dem er alle Mitglieder über die Vorverlegung der IAMA auf den Zeitraum zwischen dem 15. und dem 25. März in Kenntnis setzte.¹⁰² Einige Firmen protestierten gegen diese kurzfristige Terminänderung. Einerseits, weil sie dahinter ein Ränkespiel der Daimler-Benz AG vermuteten, und andererseits, weil sie fürchteten, potentielle Käufer könnten ihre Bestellung auf die Zeit nach der Ausstellung verschieben, so dass das Frühjahrsgeschäft in Mitleidenschaft gezogen werden könnte. Hitler persönlich konnte diese Bedenken jedoch ausräumen und instruierte zudem Reichspressechef Dietrich, der Presse ein Berichtsverbot bis kurz vor Ausstellungsbeginn aufzuerlegen. Bei Zuwiderhandlungen, so versicherte Hitler Werlin gegenüber, werde die betreffende Zeitung mit sofortiger Wirkung für drei Monate verboten.¹⁰³ Damit war der ohnehin nur zaghafte Widerstand gebrochen und alle Firmen bestätigten ihre Teilnahme für den Märztermin. Eine ernsthafte Alternative existierte auch gar nicht, denn die gesamte Branche profitierte von der politischen Aufmerksamkeit, die sich auf das Automobil richtete. Solange dem Kraftfahrzeug im politischen Kommunikationsprozess eine wichtige Funktion zukam, konnten sich Hersteller und Zulieferer sicher sein, dass ihren wirtschaftlichen Interessen weitgehend Rechnung getragen wurde. Zudem konnte man sich kaum eine bessere Werbung für das eigene Produkt wünschen, als zum Symbol für den Aufbruch in verheißungsvolle Zeiten stilisiert zu werden. Die Industrie, allem voran der RDA, unterstützte daher die symbolische Aufladung des Automobils mit dem Subtext Aufbruch und Neubeginn nach Kräften. Das zeigte sich schon an der Gestaltung des Werbeplakats für die Ausstellung des Jahres 1934, das, ganz in der martialischen NS-Ästhetik gehalten, Aufbauwillen und Tatkraft zum

¹⁰¹ Ebd.

¹⁰² RDA Rundschreiben vom 29. Dezember 1933, Zeichen W 275. Ein Exemplar des Rundschreibens befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

¹⁰³ Wie Anm. 100.

Ausdruck bringen sollte. Während das Plakat der Ausstellung aus dem Februar 1933 noch ganz dem Stil der 20er-Jahre folgte und ein Ehepaar im Auto zeigte, veränderte sich der Stil der Plakate danach erheblich. Im folgenden Jahr zeigte das Bild rauchende Fabrikschlote und einen überdimensionierten Arm mit Hakenkreuzbinde, der, sich aus den Fabriken herausreckend, ein Automobil fest in der Faust hielt.¹⁰⁴ Zusätzlich zum Plakat ließ der RDA einen kurzen Werbefilm produzieren, der in der Woche vor Ausstellungsbeginn in den Ufa-Kinos gezeigt wurde. Im Text zu dem Film, der in Gedichtform gehalten ist, findet sich unter anderem die Passage: *„Da zerschlug des Führers Faust / Blitzschnell turmhohe Wälle, [...] Führers starker Wille gebot / Straßen der Neuzeit zu bauen / Mit Bezwingen der Arbeitsnot / wächst des Volkes Vertrauen. / Steigender Absatz, fallende Preise! / Neuer Verkehr bringt Leben! / Wunden heilen am Körper der Wirtschaft / Kräfte wachsen und streben! [...] Kommet alle zur Hauptstadt des Reichs, / Schaut dort, wie wundersam / Mächtiges Wollen Werte schafft. / Auf denn zum Kaiserdamm.“*¹⁰⁵

Das gewachsene Interesse der Regierung am Automobil und an seiner Funktion als Mittel der politischen Kommunikation konnte den Interessen der Industrie aber auch zuwiderlaufen, wie folgendes Beispiel illustriert. Für die Ausstellung des Jahres 1938 plante das Propagandaministerium, die Erfolge deutscher Rennwagen ins Zentrum einer Sonderschau zu stellen. Am 27. Oktober 1937 fand diesbezüglich ein Treffen mit Vertretern des RDA statt. Seitens des Ministeriums äußerten die anwesenden Vertreter die Ansicht, die Rennerfolge seien *„sichtbarer Ausdruck der Willenskraft des deutschen Volkes, das hiermit wieder einmal gezeigt hat, in wie kurzer Zeit es ein gestecktes Ziel zu erreichen in der Lage ist.“* In diesem Zusammenhang müsse die Ausstellung zum Ausdruck bringen, dass diese Willenskraft ein Resultat der gesellschaftspolitischen Veränderungen sei. *„Als die drei maßgeblichen Faktoren für diese deutschen Rennerfolge muss die Ausstellung dem Publikum versinnbildlichen: den neuen Menschen, die neue Wirtschaft und den Motor.“*¹⁰⁶ Während in Goebbels' Ministerium Pläne für die Inszenierung deutscher Rennwagen ausgearbeitet wurden, war zwischen den Vertretern von Daimler-Benz und Auto Union ein Streit darüber entbrannt, wer welche und vor allem wie viele Rennwagen zur Ausstellung bringen dürfe. Aufgrund des Platzbedarfs der Sonderschau fielen die Messestände der Autohersteller deutlich kleiner aus als im Vorjahr. Diesen Verlust suchte man dadurch zu kompensieren, dass man möglichst viele eigene

¹⁰⁴ Abbildungen der Ausstellungsplakate finden sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin, verschiedene Jahrgänge.

¹⁰⁵ RDA Rundschreiben vom 21. Februar 1934, Zeichen P71. Ein Exemplar des Rundschreibens befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

¹⁰⁶ Protokoll der Besprechung im Propagandaministerium vom 21.10.1937. Eine Abschrift befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1938.

Exponate im Rahmen der Sonderschau unterbrachte.¹⁰⁷ Dabei waren Hersteller wie Daimler-Benz oder Auto Union bestrebt, Erzeugnisse aus ihrem Haus auch räumlich zusammenhängend auszustellen. Dies allerdings widersprach dem Grundgedanken der Sonderausstellung, die Leistung der deutschen Autoindustrie als großes Gemeinschaftswerk darzustellen. Diesen Standpunkt machten die Vertreter von Goebbels' Ministerium dem RDA unmissverständlich klar und ordneten am Ende sogar an, einige der ausgestellten Rennwagen im Querschnitt zu zeigen, was die Werbewirkung für die betreffende Firma natürlich stark reduzierte.¹⁰⁸ Gerade dieser Kontrast zwischen den ökonomisch orientierten Interessen der Hersteller und den Absichten des Propagandaministeriums verdeutlicht noch einmal schlaglichtartig die symbolische Instrumentalisierung des Automobils. Der Nationalsozialismus als Motor des deutschen Wiederaufstiegs – diese Botschaft transportierte die Sonderschau auf besonders sinnfällige Weise. Eine große Schautafel an der Rückwand des Ausstellungsraums brachte die Identifikation von Rennwagen und Nationalsozialismus sehr bildlich zum Ausdruck, indem sie jahrgangsweise für jeden Grand-Prix-Sieg einer bestimmten Nation die Flagge des betreffenden Landes als Relief zeigte. Der von Goebbels bezweckte Effekt: *„Demonstration, wie die beherrschenden ausländischen Flaggen allmählich und von Jahr zu Jahr immer stärker der deutschen Flagge weichen und endlich die deutsche Flagge das Bild ausschließlich beherrscht.“*¹⁰⁹

Die Reichsregierung und die Automobilindustrie waren also die Hauptakteure der politischen Inszenierung des Automobils. Dass die Hersteller ein Interesse daran hatten, ihr Produkt in den Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit zu rücken, ist unmittelbar einleuchtend. Welche Gründe aber hatte die Reichsregierung dafür, das Automobil als politisches Symbol zu nutzen? Bis zur Machtübernahme hatte die NSDAP-Spitze gar kein eigenständiges Motorisierungsprogramm gehabt und auch die wirtschaftspolitischen Vorstellungen der Partei in den 20er- und frühen 30er-Jahre ließen einen klaren Bezug zum Automobil nicht erkennen.¹¹⁰ Zudem ist in der Forschung wiederholt darauf hingewiesen worden, dass die private Nutzung des Kraftfahrzeugs aufgrund der steigenden Nachfrage nach Stahl, Gummi und Treibstoff, die dies nach sich gezogen hätte, quer zu den Autarkiebestrebungen des „Dritten Reichs“ lag.¹¹¹ Mit der Motor-SA und dem Nationalsozialistischen Kraftfahrkorps

¹⁰⁷ Internes Memo der Abteilung Ausstellungen an Direktor Kissel vom 19. November 1937. Eine Abschrift befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Kissel, Messen und Ausstellungen.

¹⁰⁸ Protokoll einer Sitzung der ONS vom 23. November 1937. Eine Abschrift befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Kissel, Messen und Ausstellungen.

¹⁰⁹ Ebd.

¹¹⁰ Hochstetter: Motorisierung, S.151-166.

¹¹¹ Vgl. **Radkau, Joachim:** Technik in Deutschland. Vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart, Frankfurt/M 1989, S.299-312.

verfügt die Partei zwar über eigene motorisierte Verbände, aber weder deren Funktion noch deren Position innerhalb des Organisationsgeflechts hätten eine so eindeutig motorisierungsfreundliche Politik nahe gelegt.¹¹² Weder in der ideologischen Zielsetzung noch in der politischen Programmatik der Nationalsozialisten findet sich daher ein Motiv dafür, dem Automobil und der Motorisierung einen herausragenden Stellenwert zuzuschreiben.

Hinzu kam, dass die wirtschaftliche und soziale Bedeutung des Automobils in Deutschland bis dahin eher gering gewesen war. Im Vergleich zu anderen europäischen Ländern war Deutschland untermotorisiert. Der Motorisierungsgrad, also die Anzahl der Einwohner pro Kraftfahrzeug betrug beispielsweise in Großbritannien 51 oder in Frankreich 52 Personen, während in Deutschland 188 Personen auf ein Automobil kamen.¹¹³ Von offizieller Seite wurde kaum etwas unternommen, um diese Schieflage zu korrigieren. Im Gegenteil, mit dem zweiten Kraftfahrzeugsteuergesetz vom Mai 1926 führte die Regierung eine Staffelung der Abgaben auf der Grundlage der Motorleistung in Pferdestärken ein. Diese Form der Besteuerung war nicht nur aus technisch-konstruktiver Sicht problematisch, sie verteuerte zudem die ohnehin schon mit hohen Kosten verbundene Haltung eines Automobils noch weiter.¹¹⁴ Über die steuerliche Belastung hinaus fielen Kosten für die Garagenmiete, für Bereifung und vor allem für den im internationalen Vergleich äußerst teuren Treibstoff an.¹¹⁵ Neben den hohen Haltungskosten verhinderten auch die im Verhältnis zu den Löhnen hohen Anschaffungskosten eine größere Verbreitung des Automobils.¹¹⁶ Die Kaufkraft der Bevölkerung war nach Krieg und Inflation gering und aufgrund der geringen Absatzzahlen wiederum war für die Industrie eine Großserienfertigung, die niedrigere Preise nach sich gezogen hätte, nicht lohnend, da sich die Anschaffung neuer Maschinen nur bei voller Auslastung der Produktion gelohnt hätte.¹¹⁷ Das Automobil war also noch in den 20er-Jahren

¹¹² Vgl.: Hochstetter: Motorisierung.

¹¹³ Die Zahlen stammen aus: Edelmann: Luxusgut, S.126.

¹¹⁴ Ebd., S.100-110.

¹¹⁵ Ebd., S.106. Die Angaben beziehen sich auf die Haltungskosten bei circa 20.000 Kilometern jährlicher Fahrleistung. Allgemein zu den Hemmnissen und Faktoren, die einer Motorisierung Deutschlands in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts entgegenstanden, siehe auch **Gudjons, Anette**: Die Entwicklung des Volksautomobils 1904 bis 1945 unter besonderer Berücksichtigung des Volkswagens. Ein Beitrag zu Problemen der Sozial-, Wirtschafts- und Technikgeschichte des Automobils, Diss., Hannover 1988.

¹¹⁶ Ein zusätzliches Hemmnis für die Verbreitung von Automobilen war der schlechte Zustand der Fahrbahnen und das nur unzureichend ausgebaute Straßennetz. Zu Beginn der 30er-Jahre wies das französische Straßennetz mit 650.000 Kilometern Länge mehr als das Doppelte der Fläche des gesamten deutschen Straßennetzes auf. Von den deutschen Straßen wiederum waren ganze 70% Schotterstraßen und nur circa 12% der Straßen waren so befestigt, wie wir es heute gewohnt sind. Die Angaben stammen aus: Merki: Siegeszug, S.403-412.

¹¹⁷ Zum Wandel der Produktionsmethoden in der deutschen Automobilindustrie siehe **Flik, Reiner**: Automobilindustrie und Motorisierung in Deutschland bis 1939, in: Rudolf Boch (Hrsg.): Geschichte und Zukunft der deutschen Automobilindustrie, Stuttgart 2001, S.49-84; zudem **Tessner, Magnus**: Die deutsche Automobilindustrie im Strukturwandel 1919-1938, Köln 1994.

ein Luxusgegenstand, der in der Arbeits- und Alltagswelt der meisten Deutschen kaum eine Rolle spielte. Anders als in Amerika, wo das Automobil ein weit verbreiteter Gebrauchsgegenstand der Mittelschicht war, symbolisierte es in Deutschland eher das mondäne und individualistische eines gehobenen Lebensstils.¹¹⁸ Vor allem die ausgeprägte Assoziation der Motorisierung mit Amerika und westlicher Lebensart legt zunächst nicht die Vermutung nahe, dass sich hier bevorzugt Anknüpfungspunkte für nationalsozialistische Deutungsangebote ergeben hätten.

Wenn das Automobil in der Propaganda der Nationalsozialisten dennoch einen wichtigen Platz einnahm, so ist dies zum Teil mit Hitlers persönlicher Begeisterung für Motoren und schnelle Wagen zu erklären. Auf Kosten der Partei hatte er bereits in den 20er-Jahren eine große Mercedes-Limousine anschaffen lassen, in der er sich von seinem Fahrern – Emil Maurice, später Julius Schreck –, mit denen ihn ein enges Verhältnis verband, zu politischen Auftritten chauffieren ließ.¹¹⁹ In dieser Zeit, so bekundete er später, habe das Auto ihm „*die schönsten Stunden meines Lebens geschenkt, das muss ich wirklich sagen: Menschen, Landschaften, Denkmäler.*“¹²⁰ Die Begeisterung für eine neue, ungebundene und komfortable Form des Reisens, die bereits zwei Jahrzehnte zuvor das Bürgertum ergriffen hatte, schlug auch Hitler in ihren Bann. „*Mit der Eisenbahn*“, so befand er, „*hörte die individuelle Freiheit des Verkehrs auf.*“ Anders beim Auto, wo „*der Wille des Menschen sich des ihm ununterbrochen gehorchenden Verkehrsmittels bedient.*“¹²¹ Darüber hinaus war Hitler aber auch an technischen Fragen interessiert und ließ sich beispielsweise beim Rundgang auf der IAMA regelmäßig konstruktive Details erläutern. Vor allem die Rennwagen faszinierten Hitler so sehr, dass er sich die neuesten Modelle im Rahmen von privaten Vorführungen in der Reichskanzlei zeigen ließ.¹²² Unbeschadet dieser eher privaten Vorlieben, sah Hitler auch eine militärische Notwendigkeit, die Motorisierung Deutschlands voranzutreiben. In „*Mein Kampf*“ hatte er festgehalten, dass der Einsatz des Motors in zukünftigen Kriegen von schlachtentscheidender Bedeutung sein werde.¹²³ In erster Linie aber dürfte für Hitler der

¹¹⁸ Siehe: Radkau: Technik, S.299-312. Zur Bedeutung des Automobils in der amerikanischen Kultur vgl. **Becker, Jens P.:** Das Automobil und die amerikanische Kultur, Kiel 1985; zudem **Flink, James J.:** The Car Culture, Cambridge/Mass 1976. Die Verbreitung des Automobils als Gebrauchsgegenstand in Amerika schildert **Berger, Michael L.:** The Devil Wagon in God's Country. The Automobile and Social Change in Rural America 1893-1929, Hamden/Conn 1979.

¹¹⁹ **Kershaw, Ian:** Hitler 1889-1936, 2. Auflage, Stuttgart 1998, S.445 und 613.

¹²⁰ Zitiert nach: Hochstetter: Motorisierung, S.153.

¹²¹ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, in der Broschüre: Kraftfahrt tut not! Zwei Reden zur Eröffnung der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung in Berlin am 11. Februar 1933, S.7. Die Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1933.

¹²² Memoiren des langjährigen Rennleiters der Daimler-Benz AG, Alfred Neubauer, abgedruckt in: Quick, 1958, Bd.11, ab 5. April, erstreckt sich über mehrere Wochenausgaben.

¹²³ Siehe: Kershaw: Hitler, S.570ff.

propagandistische Wert des Automobils ausschlaggebend gewesen sein. Er wusste, dass er mit seinen Motorisierungsversprechen den Nerv der Zeit treffen würde. Mit dem Auto wählte Hitler einen Gegenstand, der in der öffentlichen Aufmerksamkeit bereits einen hohen Stellenwert besaß. Diese gleichsam ideologische Motorisierung griff Hitler auf und nutzte sie als Resonanzboden für politische Leitbilder und Konzeptionen. Man könnte sagen, er motorisierte seine Ideologie.

Trotz einer nur sehr geringen Zahl an Automobilbesitzern fiel die Motorisierungspropaganda der Nationalsozialisten auf fruchtbaren Boden. Es wäre nämlich verfehlt, den niedrigen Motorisierungsgrad in Deutschland als Indiz für ein allgemeines Desinteresse am Automobil zu werten. Ähnlich wie beispielsweise im deutlich besser motorisierten Frankreich, gab es auch in Deutschland große Automobilvereinigungen, wie den 1903 gegründeten Allgemeinen Deutschen Automobil-Club (im Folgenden ADAC) oder den Kaiserlichen Automobilclub, der später in Automobilclub von Deutschland (AvD) umbenannt wurde. Beide Vereine kamen zusammengenommen zwar nur auf circa 130.000 Mitglieder, zumeist eher wohlhabende Bürger, aber ihr Wirkungsradius reichte weit über diesen Kreis hinaus. Sie bildeten gleichsam das Scharnier zwischen den Fahrern, der Industrie und dem Staat und lieferten die Ideologie und die Deutungsmuster, die für die Durchsetzung des Automobils wichtig waren.¹²⁴ Als Wegbereiter der Motorisierung waren diese Clubs in Deutschland sehr rege. Sie organisierten beispielsweise Autorennen, die sich großer Beliebtheit erfreuten und zahlreiche Besucher anzogen. Die Popularität des Rennsports in Deutschland ist daher ein weiteres Indiz für das ausgeprägte Interesse am Automobil.¹²⁵ Seinen stärksten Ausdruck aber fand der Motorisierungswunsch in Deutschland in der extrem hohen Zahl an Motorrädern. Im Jahr 1931 kamen auf dem Gebiet des Deutschen Reichs auf circa 500.000 Automobile knapp 800.000 Kraft- und Kleinkraftfahrzeuge. Zum Vergleich: In Frankreich betrug dieses Verhältnis 640.000 Pkw auf 158.000 Motorräder.¹²⁶ Die hohe Motorraddichte war keineswegs die Folge einer generellen Bevorzugung dieser Fahrzeugart, sondern angesichts hoher Autopreise

¹²⁴ Merki: Siegeszug, S.199-229. Allgemein zur Bedeutung von Verbänden im Interessengefüge von Staat und Wirtschaft siehe **Blaich, Fritz**: Staat und Verbände in Deutschland zwischen 1871 und 1945, Wiesbaden 1979. Zur Begeisterung des Bürgertums in der Anfangsphase des Automobilismus siehe **Brilli, Attilio**: Das rasende Leben. Die Anfänge des Reisens mit dem Automobil, Berlin 1999.

¹²⁵ Zur Faszination von Geschwindigkeit und zur Popularisierung des Automobils ist zuletzt erschienen **Borscheid, Peter**: Das Tempo-Virus. Eine Kulturgeschichte der Beschleunigung, Frankfurt/M 2004. **Eichberg, Henning**: Die Revolution des Automobils. Materialien zu einer kritischen Technikgeschichte die das Verschwinden der Sachen mitdenkt, in: Ders. (Hrsg.): Die historische Relativität der Sachen oder Gespenster im Zeughaus, 2. Auflage, Münster 1987, S.156-184, plädiert für eine „Faszinationsgeschichte des Autos“ und betont die Bedeutung emotionaler und irrationaler Elemente für die Etablierung des Verbrennungsmotors. Siehe zum Thema Geschwindigkeit zudem **Braun, Andreas**: Tempo, Tempo. Eine Kunst- und Kulturgeschichte der Geschwindigkeit im 19. Jahrhundert, Frankfurt/M 2001.

¹²⁶ Die Zahlen stammen aus: Edelmann: Luxusgut, S.96 und 125f.

lediglich Ausdruck des Wunsches, überhaupt ein Motorfahrzeug zu besitzen. Das Automobil wurde durch das Motorrad zwar in wirtschaftlicher Hinsicht teilweise substituiert, in den Köpfen aber blieb der Wunsch nach einem eigenen Automobil bestehen. Dies belegt der rege Publikumsverkehr auf den Automobilausstellungen in Berlin. Seit 1923 fanden diese einmal jährlich in den Hallen am Kaiserdamm statt, wobei die Zahl der Besucher bis 1933 von 100.000 auf 350.000 anwuchs.¹²⁷ Das Automobil war als Thema in der öffentlichen Wahrnehmung also äußerst präsent. Das zeigt sich nicht nur an der häufigen Berichterstattung in der Tagespresse oder an der literarischen Verarbeitung des Automobils, sondern auch an der Vielzahl von Fach- und Motorzeitschriften. Zwischen 1898 und 1933 wurden in Deutschland 152 Autozeitschriften gegründet, von denen die größeren, wie beispielsweise die „ADAC-Motorwelt“, eine Auflagenstärke von über 100.000 Exemplaren erreichten.¹²⁸ In den 20er-Jahren konnte man also durchaus den Eindruck gewinnen, dass die gedankliche Motorisierung den tatsächlichen Zulassungszahlen weit voraus war.

Neben seiner Popularität hatte das Automobil dabei zusätzlich den Vorteil, dass es bereits vor Hitlers Rede auf der IAMA 1933 mit symbolischen Bedeutungen aufgeladen war. In einer sich beschleunigenden Zeit erweiterte das Auto den Aktionsradius des Einzelnen. Es avancierte daher rasch zu einem Symbol für Freiheit und Emanzipation. Im Gegensatz zur Eisenbahn ermöglichte das Auto die individuelle Kontrolle der Motorkraft. Unabhängig von Fahrplänen und Schienensträngen, vermochte das Auto bürgerliche Individualitätsbedürfnisse und Freiheitssehnsüchte symbolisch zu bündeln. Diese zunächst eher elitär verstandene individuelle Mobilität prägte mit der Zeit auch die Wahrnehmung anderer sozialer Gruppen.¹²⁹ Dennoch behielt das Auto bis in unsere heutige Zeit seine Funktion als soziales Distinktionsmerkmal. Als Symbol für den gesellschaftlichen Status seines Inhabers diente das Auto nicht selten auch als Mittel individueller Identitätsgewinnung. Vom Flugzeug, einem technischen Gegenstand, der von den Nationalsozialisten ebenfalls zur politischen Inszenierung des Aufbruchs in eine neue Ära herangezogen wurde, unterschied sich das Auto

¹²⁷ Stuhlemmer: Automobilausstellungen, S.34.

¹²⁸ Die Zahlen stammen aus: Merki: Siegeszug, S.303-316. Einen Überblick zur Geschichte der Motorpresse gibt **Kubisch, Ulrich**: Das Automobil als Lesestoff. Zur Geschichte der deutschen Motorpresse 1898-1998, Wiesbaden 1998; zudem **Holtz, Hans-Joachim**: Die Entwicklung der kraftfahrttechnischen Fachpresse in Deutschland von den Anfängen bis 1933, Diss., München 1952. Allgemein zur Popularität des Automobils **Sachs, Wolfgang**: Die Liebe zum Automobil. Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche, Hamburg 1990. Zur Darstellung des Autos in der Literatur siehe **Bayerl, Günter**: Die Darstellung des Autos in der Literatur. Ein Spiegel der Motorisierung, in: Hans Pohl (Hrsg.): Traditionspflege in der Automobilindustrie, Stuttgart 1991, S.201-237.

¹²⁹ Einen sehr thesenhaften und streckenweise nur dürftig fundierten Überblick dieser Entwicklung vermittelt **Glaser, Hermann**: Das Automobil. Eine Kulturgeschichte in Bildern, München 1986; oder **Möser, Kurt**: Geschichte des Autos, Frankfurt/M und New York 2002. Zur Faszinationskraft des Automobils in der frühen Phase des Automobilismus siehe **Haubner, Barbara**: Nervenkitzel und Freizeitvergnügen. Automobilismus in Deutschland 1886-1914, Göttingen 1998.

im Wesentlichen dadurch, dass es ein Ort der unmittelbaren Begegnung von Mensch und Technik war.¹³⁰ Das Flugzeug übte zwar ebenfalls eine enorme Faszination auf die Zeitgenossen aus, tauchte in der Erlebniswelt des Einzelnen aber zumeist nur als unendlich weit entfernter Punkt am Himmel auf. Ganz anders dagegen das Automobil. Hier potenzierten die technischen Kräfte die physische Kraft des Fahrers direkt. Die Geschwindigkeit wurde unmittelbar erlebt und der Mensch interagierte mit der Maschine.¹³¹ Festzuhalten bleibt, dass das Automobil in Bedeutungsgeflechte eingelagert war, die es einerseits deutlich von anderen Fortbewegungsmitteln wie der Eisenbahn oder dem Flugzeug abgrenzten und andererseits dem Auto einen ideologischen Mehrwert zuschrieben, der weit über seine Funktion als Transportmittel hinausreichte. Das Auto verfügte über eine Faszinationskraft, welche die Eisenbahn allenfalls im 19. Jahrhundert hatte ausstrahlen können.¹³² Es mobilisierte die Sehnsüchte und Wünsche einer Epoche, die sich im Transformationsprozess zur modernen Industrie- und Konsumgesellschaft befand, weil es die Bedürfnisse nach Freiheit, Mobilität, persönlichem Besitz und sozialem Prestige ansprach. In der NS-Propaganda sollte das Auto daher schon bald zum schillernden Boten für eine moderne Gesellschaft werden und die Richtung anzeigen, welche der Weg in eine spannende und verheißungsvolle Zeit nehmen würde.

¹³⁰ Zur Symbolik des Fliegens siehe **Fritzsche, Peter**: A Nation of Flyers. German Aviation and the Popular Imagination, Cambridge/Mass und London 1992.

¹³¹ **Radkau, Joachim**: Auto-Lust. Zur Geschichte der Geschwindigkeit, in: Tom Koenigs und Roland Schaeffer (Hrsg.): Fortschritt vom Auto? Umwelt und Verkehr in den 90er-Jahren, München 1991, S.113-130. Zahlreiche Anregungen zu diesem Thema zudem bei **Virilio, Paul**: Fahren, fahren, fahren, Berlin 1978.

¹³² **Schivelbusch, Wolfgang**: Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert, München 1977.

2.1.2. Das Motorisierungsprogramm als Ausdruck der politischen und sozialen Dynamik des Nationalsozialismus

*„Das 20. Jahrhundert wird das Jahrhundert der Technik genannt. In unaufhaltsamem Siegeszuge hat sie in seinem ersten Drittel die gesamte Kulturmenschheit erobert. Eine wahre Revolution hat damit nicht nur im wirtschaftlichen, sondern auch im politischen Leben der Völker stattgefunden. Es kann keinem Zweifel unterliegen, dass, wenn eine Regierung mit der modernen Entwicklung Schritt halten will, sie auch hier bahnbrechend voranschreiten muss.“*¹³³ So fasste Goebbels in seiner Rede zur Eröffnung der 27. Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1937 die Herausforderung der technischen Moderne zusammen. Er ließ keinen Zweifel darüber aufkommen, dass die nationalsozialistische Regierung gewillt war, die Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse in sozialen Kontexten voranzutreiben und den Einsatz moderner Technik im militärischen wie im zivilen Bereich zu forcieren. *„Bei uns“*, führte er im Namen der neuen Regierung aus, *„ist die Politik nicht Hemmschuh und Hindernis für die technische Entwicklung, sondern ihr kraftvoller und energischer Antrieb. Daher rührt auch die enge Verbundenheit des Nationalsozialismus mit allen Errungenschaften der modernen Technik.“*¹³⁴ Die NS-Führung begriff sich dabei selbst als Vordenkerin und lenkende Hand eines rasch voranschreitenden gesellschaftlichen Technisierungsprozesses.¹³⁵ Dem Nationalsozialismus komme das Verdienst zu, *„mit seherischem Blick kommende große Möglichkeiten vorausgeahnt und in seinen Maßnahmen mitbestimmt zu haben“*, führte Goebbels in seiner Rede weiter aus.¹³⁶

In diesem Kontext verwies Goebbels wiederholt auf das Motorisierungsprogramm der nationalsozialistischen Reichsregierung, welches seiner Ansicht nach einen Eckpfeiler eben dieses technologischen Fortschrittsprogramms darstelle. Eine der bedeutendsten Maßnahmen,

¹³³ Eröffnungsrede von Joseph Goebbels, abgedruckt in der Broschüre: Reden bei der Eröffnung der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung am 20. Februar 1937, S.7f. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1937.

¹³⁴ Eröffnungsrede von Joseph Goebbels, abgedruckt in der Broschüre: Das deutsche Kraftfahrzeug Verkehrsmittel des ganzen Volkes. Vier Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1938, S.7. Die Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1938.

¹³⁵ In Anlehnung an die Thesen zum Technikverständnis der Nationalsozialisten, wie sie formuliert wurden von **Herf, Jeffrey**: Der nationalsozialistische Technikdiskurs. Die deutschen Eigenheiten des reaktionären Modernismus, in: Wolfgang Emmerich und Carl Wege (Hrsg.): Der Technikdiskurs der Hitler-Stalin-Ära, Stuttgart und Weimar 1995, S.72-92.

¹³⁶ Zur Kooperationsbereitschaft und Selbstmobilisierung der wissenschaftlichen und technischen Eliten, die ihr Wissen bereitwillig in den Dienst des NS-Staates stellten, weil sie sich von der Technisierung und Verwissenschaftlichung des Sozialen einen Bedeutungsgewinn ihrer Tätigkeit versprachen, siehe **Ludwig, Karl-Heinz**: Technik und Ingenieure im Dritten Reich, Düsseldorf 1974. Wichtig ist zudem **Raphael, Lutz**: Radikales Ordnungsdenken und die Organisation totalitärer Herrschaft. Weltanschauungseliten und Humanwissenschaftler im NS-Regime, in: Geschichte und Gesellschaft, 2001, Bd.27, S.5-40.

die Hitler zur Verbreitung moderner Technik in Deutschland ergriffen habe, sei die „*Parole Motorisierung*“ gewesen, so Goebbels.¹³⁷ An anderer Stelle führte er aus, das Auto sei ein zentrales Element einer modernen Gesellschaft. Im angebrochenen Zeitalter der Technik würden die Völker „*durch Draht und Funk, durch Flugzeug und Kraftwagen regiert*“, so Goebbels weiter. Niemand wisse so gut um die enorme Bedeutung der modernen Technik wie der Nationalsozialismus, denn Hitler selbst habe bereits frühzeitig erkannt, „*dass die Eroberung der Macht ohne Auto, Flugzeug und Lautsprecher nicht möglich gewesen wäre.*“¹³⁸ Und Hitler selbst betonte in seiner Rede, die auf Goebbels' Ansprache folgte: „*Die Ersetzung der animalischen Kraft durch den Motor führte zu einer der gewaltigsten technischen und damit wirtschaftlichen Veränderungen, die die Welt je erlebt hat. Und ich glaube, dass wir uns erst am Beginn, keinesfalls aber am Höhepunkt dieser Entwicklung befinden.*“¹³⁹ Durch die gesamte Rede zog sich der Grundgedanke, dass die Motorisierung Deutschlands ein Meilenstein auf dem Weg in eine viel versprechende Zukunft sei. Damit wurde das Automobil in der politischen Kommunikation der neuen Regierung nicht nur zum Symbol für den Aufbruch Deutschlands aus der wirtschaftlichen und politischen Krise der letzten Jahre der Republik, es wurde auch zum Zeichen dafür, dass dieser Aufbruch den Beginn eines weit reichenden gesellschaftlichen Modernisierungsprogramms bedeutete. Das Auto sollte zu einem Kristallisationspunkt werden, an dem die Komplexität und Dynamik der nationalsozialistischen Politik plastisch verdeutlicht wurde.¹⁴⁰

Von der Presse wurde diese Interpretation des Motorisierungsprogramms als gesellschaftlicher Fortschritt sofort begeistert aufgegriffen und multipliziert. „*Für Adolf Hitler ist die Motorisierung Symbol des Fortschritts in seiner doppelten Bedeutung als technische Entwicklung und gesteigerter Lebensstandard*“, schrieb beispielsweise die

¹³⁷ Wie Anm. 133, S.7.

¹³⁸ Eröffnungsrede von Joseph Goebbels, abgedruckt in der Broschüre: Kräfte sammeln, Kräfte lenken, Kräfte sparen. Drei Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1939, S.7. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1939.

¹³⁹ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, abgedruckt in der Broschüre: Reden bei der Eröffnung der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung am 20. Februar 1937, S.11. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1937. Bereits ein Jahr zuvor hatte Hitler an selber Stelle betont: „*Im Motor erhielt die Menschheit jene bewegliche und überall einsetzbare Kraft, die zu einer der entscheidenden Umwälzungen geführt hat, die wir seit Beginn des menschlichen Kulturlebens feststellen können.*“ Siehe: Eröffnungsrede von Adolf Hitler, abgedruckt in einer vom RDA herausgegebenen Broschüre, S.9. Ein Exemplar dieser Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1936.

¹⁴⁰ Am Beispiel des Rennsports hat diesen Zusammenhang herausgearbeitet **Day, Uwe**: Mythos ex machina. Medienkonstrukt Silberpfeil als massenkulturelle Ikone der NS-Modernisierung, Diss., Bremen 2004. Day kann zeigen, dass die NS-Führung die Rennwagen als Chiffre für das Vorstoßen in neue Welten und Dimensionen unter nationalsozialistischer Herrschaft etablierte.

„Frankfurter Zeitung“ in einem Beitrag zur Automobilausstellung.¹⁴¹ Und tatsächlich waren es vor allem die Technisierung der Gesellschaft sowie der Gedanke einer Wohlstandspartizipation durch Motorisierung, die als zentrale Aspekte der Modernisierung im Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit standen. Diese beiden Themenfelder sollen im Folgenden anhand von zwei Beispielen schwerpunktartig untersucht werden. Zum einen die Selbstdarstellung des Nationalsozialistischen Kraftfahrkorps (im Folgenden NSKK) als Schnittstelle zwischen ziviler und militärischer Motorisierung. Zum anderen die öffentlichkeitswirksame Inszenierung der staatlichen Pläne zum Bau eines kostengünstigen Volkswagens, mit dessen Hilfe die Massen motorisiert werden sollten.

Wie groß aus Sicht der Zeitgenossen die Bedeutung moderner Technik im 20. Jahrhundert für das Schicksal einer Nation war, wurde an den Diskussionen um den militärischen Einsatz moderner Technologien ablesbar. Eine Nation, die im Konkurrenzkampf und wenn notwendig auch in der militärischen Auseinandersetzung mit anderen Nationen bestehen wollte, müsse vor allem auf technologischem Gebiet konkurrenzfähig sein, um sich nicht durch rückständige Technik der Überlegenheit fortschrittlicherer Völker auszuliefern. Es waren vor allem die Erfahrungen des Weltkrieges als eines von Maschinen dominierten, die gesamte Nation mobilisierenden Kriegs, die ein Gefühl der Verletzbarkeit der modernen Gesellschaft hinterlassen hatten.¹⁴² Da der Technisierungsgrad und das zerstörerische Potential moderner Technologien so rasant zugenommen hatten, erschien die Nation immer stärker von den Kräften bedroht, die durch die Moderne entfesselt worden waren. Selbst in konservativen und modernisierungskritischen Kreisen hatte sich daher zunehmend die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Technisierung der Nation gleichsam als ein Akt technischer Selbstverteidigung gegen

¹⁴¹ Frankfurter Zeitung vom 24. Februar 1937. Für den Fortschrittsglauben, der sich mit der Motorisierung verband, siehe auch einen verhältnismäßig frühen Beitrag in: Motor und Sport, 1933, H.6, S.16f. Darin wird das Auto als Ausdruck des unaufhaltsamen Fortschrittes beziehungsweise als Symbol für die „Idee“ des Fortschritts dargestellt, wobei Idee hier offensichtlich verstanden wurde als eine Art Zeitgeist und als historisch vorwärtsdrängende Kraft: *„Denn der Geist der Zeit schaut weiter als der kleine Geist des Menschen. Die Idee des Kraftfahrzeuges war eine umwälzende und das Gesicht unserer Kultur merklich beeinflussende Tatsache [...] Denn auch du, Leser, wirst einst Kraftfahrer sein, wirst es werden müssen, wenn du mit der Zeit Schritt halten willst. Kraftfahrzeug und Idee sind in ständiger Wechselwirkung zueinander. [...] Noch ist dieser Entwicklungsprozess lange nicht auf seinem Höhepunkt angelangt, noch ist manches ungetan, und schon richten sich die vorsorgenden weisen Blicke des Zeitgeistes neuen, bisher von der Gegenwart kaum geahnten Entwicklungsmöglichkeiten zu...“*

¹⁴² Zur Verarbeitung des Kriegserlebnisses im kollektiven Gedächtnis siehe **Flasch, Kurt**: Die geistige Mobilmachung. Die deutschen Intellektuellen und der Erste Weltkrieg, Berlin 2000. Für eine pointierte Thematisierung der Ambivalenz der Moderne siehe **Fritzsche, Peter**: Landscape of Danger, Landscape of Design. Crisis and Modernism in Weimar Germany, in: Thomas W. Knieke und Stephan Brockmann (Hrsg.): Dancing on the Volcano. Essays on the Culture of the Weimar Republic, Columbia 1994, S.29-46.

die Bedrohungen der Moderne unausweichlich geworden war.¹⁴³ Es war eben diese Technisierung der Gesellschaft im Sinne einer technologischen Aufrüstung, welche die nationalsozialistische Regierung mit dem Motorisierungsprogramm vorantreiben wollte.¹⁴⁴

Der militärische Einsatz des Motors war ein zentrales Feld, auf dem die Bedeutung moderner Technik für die Kriegsführung unmittelbar deutlich wurde. Daher wurde auch in der Öffentlichkeit die Motorisierung der Armee als wichtiges Modernisierungsprojekt gesehen. Dies verdeutlicht ein Beitrag aus einem militärischen Journal, das sich auch an die zivile Leserschaft wandte. Darin wurde Anfang des Jahres 1933 auf die technische Unterlegenheit des deutschen Heeres verwiesen: *„Deutschland ist jetzt gegnerischen Panzerfahrzeugen fast wehrlos ausgeliefert! [...] Um die Abwehr von Panzerfahrzeugen wenigstens theoretisch zu üben, verwendet man Holzgeschütze, deren Abwehrkraft in Anlehnung an die Erfahrungen in fremden Heeren nur theoretisch dargestellt werden kann. [...] Tankattrappen, wie sie im deutschen Heere vorhanden sind, sind völlig ungeeignet, richtige Kampfwagen darzustellen“*¹⁴⁵ Man möge sich die Empörung der Leser vorstellen bei dem Gedanken, das eigene Heer in selbstbemalten Holzkisten über den Exerzierplatz rollen zu sehen. Auch zivile Motorjournale, wie etwa die „ADAC-Motorwelt“, widmeten sich dem Thema und verschafften ihm eine breite Öffentlichkeit.¹⁴⁶

Vor allem seit dem Einmarsch deutscher Truppen in Polen wichen diese kritischen Bestandsaufnahmen einer positiv eingefärbten Kriegspropaganda und die Erfolge deutscher Panzerverbände wurden auf die Maßnahmen der Regierung zur Motorisierung des Heeres zurückgeführt. Die Siege der Wehrmacht und der schnelle Vorstoß der Panzerverbände in Polen und Frankreich wurden als Beleg für die vorausschauende Rüstungspolitik des Nationalsozialismus gedeutet. Der General der Panzertruppen, Heinz Guderian, stellte in einem Beitrag für das Verbandsorgan des NSKK fest: *„Im polnischen Feldzug hat der Motor entscheidend gesiegt! Ganz allgemein darf gesagt werden, dass die Schnelligkeit des Ablaufens der Operationen, die das Wort ‚Blitzkrieg‘ entstehen ließ, selbstverständlich auf die Nutzbarmachung des Motors für den Krieg zurückgeht.“*¹⁴⁷ Laut Guderian war es in erster

¹⁴³ **Rieger, Bernhard:** *Technology and the Culture of Modernity in Britain and Germany 1890-1945*, Cambridge 2005, S.225-275, schildert die Selbstwahrnehmung der Deutschen nach dem Weltkrieg als die von Opfern, die meinten, gegen erheblich äußere Widerstände den technologischen Fortschritt erkämpfen zu müssen, um wieder wehrhaft zu werden.

¹⁴⁴ Zur Forschungsdebatte über die militärischen Motive des Motorisierungsprogramms siehe S.9f der vorliegenden Arbeit.

¹⁴⁵ *Der Kraftzug in Wirtschaft und Heer*, 1933, Bd.8, S.6.

¹⁴⁶ *ADAC-Motorwelt*, 1933, Bd.30, H.12, S.13f, beispielsweise enthält einen Artikel mit dem Titel „Heeresmotorisierung des Auslandes“. Nach der Gleichung „*Kraft gleich Masse mal Beschleunigung*“ erhöhe der Motor die Schlagkraft des Heeres erheblich, hieß es dort.

¹⁴⁷ *Deutsche Kraftfahrt*, 1940, Bd.8, H.4, S.5. Ganz ähnlich urteilte die relativ unabhängige Motorzeitschrift „Motor-Kritik“ im Jahr 1939, Bd.19, S.661f unter dem Titel „Deutsche Kraftfahrt jetzt im Dienste der

Linie Hitlers Verdienst gewesen, die Motorisierung des Heers vorangetrieben zu haben. „Der Führer war einer der wenigen Menschen auf der Welt, wenn nicht sogar der einzige, der frühzeitig erkannte, dass mit dem Motor eine neue Epoche der Kriegskunst begann, und dass das Volk im nächsten Krieg siegen musste, das es verstand, den Motor und die durch ihn erreichbare Schnelligkeit der Bewegung früher und stärker auszunutzen als seine Gegner.“¹⁴⁸

Eine ähnliche Interpretation bot die „Auto-Revue“, indem sie die militärischen Siege in eine Kontinuitätslinie mit den Siegen der Rennwagen und dem Volkswagenprojekt der Regierung stellte. Hier wurde das Motorisierungsprogramm zu einem weitreichenden Modernisierungsprogramm umgedeutet, an dessen Ende eine hoch technisierte und militärisch überlegene Nation stand. „Und dann kam jener große Februartag des Jahres 1933, an dem der Führer in den Ausstellungshallen am Kaiserdamm zu Berlin das nationalsozialistische Motorisierungsprogramm verkündete [...] und der Programmverkündung folgten Tat auf Tat, von der Steuerbegrenzung bis zum Bau der Reichsautobahnen, bis zur Schaffung des Volkswagens, bis zur gewaltigen Exportsteigerung, bis zu den welterschütternden Siegen und Rekordfahrten unserer neuen Rennwagen, bis zur Volksmotorisierung im wahrsten Sinne des Wortes, bis zur höchsten Steigerung der motorisierten Wehrkraft, der wir heute – konzentriert in unseren Panzerverbänden und unserer unübertrefflichen Transportorganisation auf allen Kriegsschauplätzen – Sieg um Sieg über die Plutokratie einerseits und bolschewistische Unkultur auf der anderen Seite danken!“¹⁴⁹

Diese kausale Verknüpfung von ziviler und militärischer Motorisierung zeigt, wie sehr die Verbreitung des Motors als eine die gesamte Gesellschaft erfassende Technisierung gesehen wurde. Auf den Schlachtfeldern bewies der Motor zwar in erster Linie durch den Einsatz bei der Luftwaffe und in den modernen Kampfpanzern seine herausragende Bedeutung. Doch in der Presse wurde stets betont, dass eben diese Flugzeug- und Panzermotoren von denselben Ingenieuren konstruiert worden waren, die zuvor Rennwagen- und Automotoren entwickelt hatten. In den militärischen Erfolgen deutscher Technologie käme demnach eine besondere Befähigung der Deutschen im Umgang mit der Technik zum Ausdruck, die in nicht unerheblichem Maße durch die zivile Motorisierung geprägt worden sei. „Die ‚Schnellen Truppen‘ [...] verkörpern deutschen Geist und deutsche Technik. So wie in Friedenszeiten

Landesverteidigung“: „Die unfassbaren Leistungen unserer Wehrmacht, die die ganze Welt aufhorchen ließen, sind neben der genialen Führung, restlosem Einsatz jedes Kämpfers und einer ausgezeichneten Organisation nicht zum wenigsten der weitgehenden Motorisierung und der technischen Ausbildung der Truppe zu verdanken. Die Überwindung des Raumes zur Mannschaftsbeförderung, zum Schnelltransport des Kriegsmaterials, hat zu einem Vorstoß-Tempo geführt, das einmalig in der Geschichte dasteht. Die harten Materialprüfungen und Mannschaftsschulungen des NSKK zeitigen jetzt ihre Früchte. Jetzt wird auch der Zweck der einheitlichen Ausrichtung der Kraftfahrzeugindustrie und der Aufstellung des Typenprogramms offenbar.“

¹⁴⁸ Deutsche Kraftfahrt, 1940, Bd.8, H.10, S.4.

¹⁴⁹ Auto-Revue, 1942, Bd.17, H.4, S.1.

deutsche Fahrzeuge zu Lande, zu Wasser und in der Luft im friedlichen Wettbewerb immer wieder ihre Überlegenheit bewiesen haben, so werden die ‚Schnellen Truppen‘ den Gegner schlagen, wo immer sie ihn treffen, und dazu beitragen, den Krieg zu gewinnen.“¹⁵⁰ Die direkte gedankliche Verbindungslinie zwischen Automobil und Panzer, die sich auf den Motor als das beiden Fahrzeugen innewohnende Herzstück bezog, rückte also auch das Automobil in den Kontext von Motor und Militär. „Selbst wenn man den Hauptverdienst an den [militärischen] Gesamterfolgen nicht den in großen Massen eingesetzten Pkw, Lkw und Kraftfahrzeugen, sondern den Spezialkampfwagen [Panzern und Raupenfahrzeugen] zuschreiben will, dann wird man doch bedenken müssen, dass diese Fahrzeuge und ihre Motoren, gleichviel ob es sich nun um Motoren für Kampfwagen, Flugzeuge oder Schnellboote handelt, im Prinzip das Werk der gleichen Köpfe und Hände sind, die bisher unsere normalen Fahrzeuge schufen und nach Kriegsende auch wieder schaffen werden.“¹⁵¹ Die Verknüpfung von Auto und Militär fand auch in den Auftritten der Wehrmacht bei Automobilausstellungen ihren Niederschlag. Regelmäßig wurden in den Hallen am Berliner Kaiserdamm die neuesten Armeefahrzeuge in einem Sonderbereich ausgestellt.¹⁵² Zwar war die tatsächliche militärische Bedeutung des Automobils begrenzt, als Symbol für einen fortschrittlichen Einsatz des Motors in kriegerischen Auseinandersetzungen fungierte es aber umso besser. Zum einen weckte es nicht sofort die Furcht vor einem drohenden Krieg, gerade weil es keinen so eindeutig militärischen Charakter wie der Panzer hatte. Und zum anderen lag es der Alltagswelt des Normalbürgers deutlich näher als ein Kettenfahrzeug und konnte daher eher als ideologischer Transmissionsriemen dienen.

Das Nationalsozialistische Kraftfahrkorps stellte den institutionellen Rahmen dar, in dem die militärische Nutzung des Motors symbolisch und praktisch am Automobil vollzogen wurde.¹⁵³ 1930 gegründet war das NSKK im Prinzip zunächst nicht mehr als eine Vereinigung von NSDAP-Mitgliedern, die ihr privates Fahrzeug für Aufgaben der Partei zur Verfügung stellten. Nach dem „Röhm-Putsch“ wurden die Verbände der Motor-SA in das NSKK integriert und der Leitung von Adolf Hühnlein, einem alten Weggefährten Hitlers, unterstellt. 1937 verfügte das NSKK über 300.000 Mitglieder und begriff sich nach den Worten Hühnleins als „Banner- und Willensträger der Motorisierung“. Um diese Aufgabe zu erfüllen, unterhielt die Organisation 26 sogenannte Motorsportschulen, in denen pro Jahr etwa

¹⁵⁰ Motor Schau, 1940, Bd.4, S.369.

¹⁵¹ Automobiltechnische Zeitschrift, 1940, Bd.43, S.261.

¹⁵² Für eine Darstellung der Wehrmachtsausstellung vgl.: Sanct Christophorus, 1936, Bd.11, S.38f sowie S.61-64.

¹⁵³ Eine grundlegende und quellengesättigte Studie zur Geschichte des NSKK ist jüngst erschienen von: Hochstetter: Motorisierung. Zahlen und Fakten, die im Folgenden erwähnt werden, stammen aus dieser Arbeit.

45.000 Personen einen circa einmonatigen Lehrgang absolvierten. Auf dem Programm dieser Lehrgänge standen neben Technikunterricht und handwerklicher Ausbildung militärische Fahrübungen im Gelände mit Autos und Motorrädern. Ziel dieser paramilitärischen Schulung war in erster Linie die Heranbildung einer Soldatengeneration, die Erfahrungen im Umgang mit dem Motor hatte. Die enge Kooperation mit der Wehrmacht belegt dieses Anliegen der Motorsportschulen. So waren die Lehrpläne in der Regel mit den zuständigen Armeestellen abgestimmt und ein großer Teil des Lehrpersonals setzte sich aus ehemaligen Wehrmachtsangehörigen zusammen. Anlässlich der Eröffnung der „Motorschule Gandersheim“ hieß es in einem Beitrag in der „Deutschen Kraftfahrt“, dem offiziellen Organ des NSKK: *„Auch hier die Erkenntnis unserer Zeit: der moderne Soldat ist der Soldat am Lenkrad des Kraftfahrzeugs, der mit dem Motor ebenso gut wie mit der neuzeitlichen Waffe und der geschickten Ausnutzung des Geländes vertraut ist. [...] Das NSKK baut die Brücke, die vom Volk zur Wehrmacht führt!“*¹⁵⁴

Neben diesem praktischen Aspekt erfüllte die Ausbildung an der Motorsportschule aber auch einen ideologischen Zweck. Sie sollte eine Schule der „Männlichkeit“ und der „Kameradschaft“ sein. Korpsführer Hühnlein hatte über den Kraftfahrtgeländesport an den Motorschulen gesagt: *„Wir halten keine Schönheitskonkurrenz ab und machen keine touristischen Ausflüge. Wir haben den härtesten und mannhaftesten Sport auf unsere Fahne geschrieben, den Kraftfahrtgeländesport. Hier steht der Mann im Kampf mit sich und seiner Maschine.“*¹⁵⁵ Und selbst die mit Pathos eher sparsame altehrwürdige „Allgemeine Automobil-Zeitung“ befand über die Männer des NSKK: *„Man sollte eine Hymne schreiben, eine Hymne von Männern, die unglaublich hart sind, die nur eins kennen: durchhalten, die immer wieder die Maschine hochnehmen, wenn sie im Dreck gelegen haben, die blutende Hände, zerschrammte Haut, schmerzende Muskeln und verstauchte Knochen nicht abhalten können, weiter zu kämpfen. Man sollte ein Lied singen von den schmutzschwarzen Gesichtern, den zusammengebissenen Zähnen, dem verzerrten Ausdruck energiegeballter Züge, die immer wieder eines ausdrücken: stärker sein als alle Schwierigkeit, härter sein als alle noch so harten Anforderungen.“*¹⁵⁶ Das NSKK war seinem Selbstverständnis nach eine Erziehungsanstalt zur Heranbildung eines neuen Menschentypus. Eines soldatischen, männlichen Menschen, der zugleich fortschrittlich sein sollte, indem er sich die Kraft des Motors zu Eigen machte. Das Auto wurde hier gleichsam zum Trainingsobjekt, zum zivilen

¹⁵⁴ Deutsche Kraftfahrt, 1939, Bd.7, H.1, S.54f.

¹⁵⁵ Deutsche Kraftfahrt, 1937, Bd.5, H.13, S.25.

¹⁵⁶ Allgemeine Automobil-Zeitung, 1938, Bd.39, S.848.

Panzer, mit dem die spätere militärische Technisierung eingeübt werden sollte. Der moderne Mensch sei der technische Mensch, so die Auffassung des NSKK.

Diese Verschmelzung von Mensch und Maschine wurde schon in der Diktion deutlich. Von „*stahlharter Männlichkeit*“ war die Rede oder von „*eiskalter Präzision*“ der Soldaten, die mit technischer Perfektion und Genauigkeit kühl und berechnend ihre Aufgabe erledigten.¹⁵⁷

In der offiziellen Zeitschrift des Korps wurde dieser Menschentypus beschrieben als ein Mensch, „*wie ihn unsere heutige Zeit braucht: tatenfroh, draufgängerisch, voll zäher Ausdauer, zuverlässig bis in die Knochen, blitzrasch in seiner Entschlusskraft, jeder Muskel sportlich gestählt, Auge und Ohr und alle Sinne geschärft, schneidig und doch besonnen. Das ist der Mann, den wir im Kraftfahrtsport heranbilden. [...] Mensch und Maschine sind hier – fast möchte ich sagen – zu einem einzigen Organismus geworden.*“¹⁵⁸ Der Mensch des neuen, nationalsozialistischen Zeitalters sollte sich die Kräfte der Technik zu Nutze machen. Das Auto war dabei eine wichtige Scharnierstelle zwischen Mensch und Technik. Im Rahmen des militärischen Technisierungsdiskurses wurde das Automobil insofern zum Symbol des Fortschritts durch Motorisierung, als es zum Ort einer symbolischen Verschmelzung von Mensch und Maschine wurde. Diese Einheit war nicht nur von der Maschine her gedacht, sondern konnte auch bedeuten, dass die Technik eine spezifische Prägung erhielt. So behauptete die Zeitschrift „Die Panzertruppe“, dass die deutschen Panzerverbände den gegnerischen Einheiten nicht nur technisch überlegen wären, sondern diese auch an soldatischem Schneid übertreffen würden. Ursache dafür sei, dass zunächst nicht genügend Panzerfahrer vorhanden waren. „*Den anfänglichen Mangel an Personal behob man dadurch, dass man ganze Reiterregimenter absitzen ließ, umschulte und ausbildete. Betrachtete man dies zunächst als eine Notmaßnahme, so erwies sich bald, dass gerade die Mischung von Technikern und Reitern der neuen Maschinenwaffe den Schuss Reitergeist gab, der der jungen deutschen Waffe den ungestümen Angriffsschwung verlieh*“¹⁵⁹ Wiederum war es das NSKK, dass sich als Vorreiter einer solchen Verbindung von Mensch und Technik darstellte: „*Das NSKK hat den Motor lebendig werden lassen und in die Technik nationalsozialistischen Geist hineingetragen.*“¹⁶⁰

¹⁵⁷ Das Ideal des kühlen und kalkulierenden Soldatentypus beschreibt: Rieger: Technology, S. 225-275. Zur Vorgeschichte des Ideals der Sachlichkeit und Nüchternheit siehe **Trommler, Frank**: The Creation of a Culture of Sachlichkeit, in: Geoff Eley (Hrsg.): Society, Culture and the State in Germany 1870-1930, Ann Arbor 1996, S.465-486. Wichtig für die Geschichte der Herausbildung neuer, sich am Ideal der Technik orientierender Verhaltensmuster ist auch **Lethen, Helmut**: Cool Conduct. The Culture of Distance in Weimar Germany, Berkeley 2001.

¹⁵⁸ Deutsche Kraftfahrt, 1939, Bd.7, H.3, S.33f.

¹⁵⁹ Die Panzertruppe, 1940, Bd.2, S.97.

¹⁶⁰ Deutsche Kraftfahrt, 1938, Bd.6, H.7, S.24.

Neben dieser tief greifenden Technisierung der Gesellschaft symbolisierte das Automobil noch einen weiteren Aspekt des Modernisierungsprozesses, der nach Ansicht der nationalsozialistischen Regierung durch die Motorisierung vorangetrieben werden sollte: den Gedanken der individuellen Partizipation am Fortschritt. Rudolf Heß betonte in einer Rede vor Mitgliedern des NSKK, dass es der Anspruch des Nationalsozialismus sei, die Errungenschaften der modernen Technik der breiten Masse der Bevölkerung zugänglich zu machen. *„Der Nationalsozialismus der Praxis beteiligt die Gesamtheit der Volksgenossen an den Segnungen des kulturellen Fortschritts, und er verwirklicht das Prinzip der Gleichheit dadurch, dass er allen die Kulturfortschritte zugänglich macht.“* Dieser Anspruch, so Heß weiter, unterscheide die nationalsozialistische Regierung von ihren Vorgängern und begründe den Modernitätsanspruch der NSDAP. *„Der Marxismus der Praxis, der Kommunismus, verwirklichte das Prinzip der Gleichheit dadurch, dass er allen die Vorteile der Kulturfortschritte nahm“*, führt Heß mit Blick auf die sozialdemokratischen Kabinette der Weimarer Republik aus.¹⁶¹ Ganz ähnlich äußerte sich Hitler in zahlreichen Eröffnungsansprachen auf den Internationalen Automobil- und Motorradausstellungen. Der Niedergang der deutschen Automobilindustrie, so führte auf der IAMA 1936 aus, sei eine Folge der *„sozialdemokratischen Gleichheitstheorie“*. Diese Theorie sehe vor, den Lebensstandard aller Schichten der Gesellschaft möglichst niedrig zu halten, um durch die *„Proletarisierung des Lebensniveaus aller die möglichst einheitliche Ebene zu finden.“*¹⁶² In der Endkonsequenz habe diese rückschrittliche Politik Deutschland hinter das Niveau anderer Nationen zurückgeworfen. Vor allem der Vergleich mit den USA zeigte für Hitler, *„dass in unserem Volk noch in einer Zeit der Besitz eines Kraftwagens als Luxus galt, da in Amerika auf jeden fünften Einwohner [...] bereits ein Automobil kam.“*¹⁶³ Während in den Staaten eine Partizipation breiter Bevölkerungsschichten an der modernen Technik bereits verwirklicht sei, hätten in Deutschland die *„marxistisch-zentrümlichen Regierungen“* erfolgreich die *„Erdrosselung und Ausrottung der deutschen Kraftverkehrsentwicklung“* betrieben.¹⁶⁴ Die NS-Regierung nutzte ihr Motorisierungsprogramm im Kontext sozialpolitischer Fragestellungen, um die eigene Modernität zu illustrieren und den nationalsozialistischen Aufbruch in eine spannende und verheißungsvolle Zukunft vom unterstellten Stillstand der

¹⁶¹ Deutsche Kraftfahrt, 1936, Bd.4, H.3, S.7.

¹⁶² Eröffnungsrede von Adolf Hitler, abgedruckt in einer vom RDA herausgegebenen Broschüre, S.11. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1936.

¹⁶³ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, in der Broschüre: Vollgas Voraus! Drei Reden gehalten aus Anlass der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1934, S.8f. Die Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

¹⁶⁴ Wie Anm. 162, S.13.

Weimarer Jahre abzugrenzen. Die Volksgemeinschaft sollte dem Einzelnen bis dahin ungeahnte Möglichkeiten der Teilhabe an den Modernisierungsfortschritten der Gesellschaft eröffnen. Eine Vielzahl sogenannter Volksprodukte, vom Radio über einen Kühlschrank bis hin zu den Reisen der KdF-Organisation, wurde geplant und, wie im Falle des „Volksempfängers“, teilweise auch verwirklicht.¹⁶⁵ Diese relativ preiswerten und in großer Stückzahl hergestellten Produkte sollten technische Gebrauchsgegenstände, die bis dahin für mittlere Einkommensschichten kaum erschwinglich gewesen waren, einer wachsenden Zahl von Haushalten zugänglich machen. Aufgrund seiner Zwitterrolle als hoch entwickeltes technisches Produkt einerseits und als alltäglicher Gebrauchsgegenstand andererseits eignete sich das Automobil in besonderem Maße, diesen partizipatorischen Anspruch des Nationalsozialismus zu illustrieren. Bereits 1934 verkündete Hitler, das Auto solle vom *„Luxusobjekt einzelner weniger zum Gebrauchsobjekt für alle werden“*, und rückte damit den Gedanken an einen eigenen Wagen in den Erwartungs- und Bedürfnishorizont breiter Bevölkerungskreise. *„Es ist aber ein bitteres Gefühl“*, führte Hitler aus, *„von vornherein Millionen braver fleißiger und tüchtiger Mitmenschen von der Benützung eines Verkehrsinstruments ausgeschlossen zu wissen, das gerade für diese in ihren sonstigen Lebensmöglichkeiten beschränkteren Schichten nicht nur nützlich sein könnte, sondern ihnen vor allem auch an Sonn- und Feiertagen zur Quelle eines uns bekannten freudigen Glücks würde.“*¹⁶⁶

Das Auto, so Hitler an anderer Stelle, müsse seinen *„klassenbetonenden und damit auch klassenspaltenden Charakter“* endlich verlieren und ein alltäglicher Gebrauchsgegenstand für das ganze Volk werden, anstatt weiterhin ein Privileg der wohlhabenden Schichten zu bleiben. Dazu müsse sich die *„Einstellung des deutschen Volkes dem Kraftfahrzeug gegenüber“* grundlegend ändern. In dieser Passage deutete Hitler an, dass sich seine Vorstellung über das Wesen einer modernen Gesellschaft unter nationalsozialistischen Vorzeichen nicht in der bloßen Teilhabe am Fortschritt erschöpfte. Mit der Teilhabe einhergehen sollte nämlich ein modernes Verhältnis zur Technik, eine Art Emanzipation der Massen von der Vorstellung, moderne Errungenschaften wären nur den Wohlhabenden vorbehalten. Kennzeichnend für den modernen Umgang mit dem Automobil müsse daher die *„Freizügigkeit eines Volkes, sich [seiner] zu bedienen“*, sein. Damit sei, so Hitler, nicht nur die *„gesetzliche Seite“* gemeint, vielmehr sei die *„psychologische Freizügigkeit“* das

¹⁶⁵ Zur Geschichte der Volksprodukte siehe **König, Wolfgang:** Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. Volksprodukte im Dritten Reich. Vom Scheitern einer nationalsozialistischen Konsumgesellschaft, Paderborn 2004.

¹⁶⁶ Wie Anm. 162, S.10.

eigentliche Ziel der Massenmotorisierung.¹⁶⁷ Der Nationalsozialismus verschaffe dem Volk die Freiheit, die Technik zu nutzen und zur individuellen Verfügung zu haben. Der Präsident des RDA betonte in einer Rede anlässlich der feierlichen Enthüllung eines Denkmals für Karl Benz die symbolische Bedeutung des Automobils in diesem Zusammenhang: *„Das Automobil ist das individualistische Verkehrsmittel einer neuen Ära, es bedeutet Abkehr von staatssozialistischen, kollektivistischen Tendenzen, es ist der Prototyp, das Sinnbild der nun endlich errungenen geistigen Befreiung des Volkes aus den Fesseln verhängnisvoller politischer Dogmatik. [...] So soll dieses Monument nicht nur der Ehrung von Karl Benz dienen, sondern es soll uns von jetzt ab zugleich Symbol sein des Anbruchs einer neuen, besseren Zeit.“*¹⁶⁸

Öffentlichkeitswirksamer Bezugspunkt dieser Modernitätskonzeption der Nationalsozialisten war der Volkswagen. 1934 hatte Hitler den Gedanken eines Volksautomobils zum ersten Mal vor größerem Publikum angesprochen.¹⁶⁹ An die versammelte Führung der deutschen Automobilindustrie richtete er den Appell: *„Ich möchte es nun als die bedeutendste Aufgabe für die deutsche Kraftwagenindustrie hinstellen, immer mehr den Wagen zu konstruieren, der ihr zwangsläufig eine Millionenschicht neuer Käufer erschließt. Denn nur, wenn es uns gelingt, die breiteste Masse für dieses neue Verkehrsmittel zu erobern, wird nicht nur der volkswirtschaftliche, sondern auch der soziale Nutzen ein unbestreitbarer sein.“*¹⁷⁰ Mit dem hier angedeuteten sozialen Nutzen spielte Hitler auf die immer wieder beschworene Teilhabe des „Volksgenossen“ an den Errungenschaft der Technik an. Diese Teilhabe sollte nach dem Willen Hitlers dadurch erreicht werden, dass die Industrie durch Herstellung eines preiswerten Kleinwagens die Motorisierung solcher Haushalten ermöglichen sollte, die sich noch keinen eigenen Wagen leisten konnten. *„Wenn die deutsche Regierung wünscht, dass das deutsche Volk lebendigen Anteil am Kraftwagen nimmt, dann muss aber die Wirtschaft für das deutsche Volk auch den geeigneten Kraftwagen schaffen und bauen.“*¹⁷¹ Dabei plante Hitler, die Industrie in die Pflicht zu nehmen und ähnlich wie schon beim „Volksempfänger“

¹⁶⁷ Wie Anm. 162, S.12f.

¹⁶⁸ Motor und Sport, 1933, Bd.10, H.18, S.23.

¹⁶⁹ Ähnlich wie das Autobahnprojekt war auch der Gedanke, einen Volkswagen zu schaffen, keine originäre Idee Hitlers. Erste Überlegungen, die Motorkraft einem möglichst großen Teil der Bevölkerung zugänglich zu machen, lassen sich bereits um die Jahrhundertwende in der Motorpresse finden. Spätestens seit den 20er-Jahren waren die technischen und produktiven Voraussetzungen für den Bau eines kostengünstigen Kleinwagens gegeben. Die Firma Opel bot seit 1924 mit dem sogenannten „Laubfrosch“ ein im Fließbandverfahren hergestelltes Fahrzeug für unter 1.500 Reichsmark an. Das niedrige durchschnittliche Einkommen und die nach wie vor hohen Haltungskosten verhinderten aber einen größeren Erfolg des „Laubfroschs“ oder ähnlicher Fahrzeuge. Zur Geschichte der Firma Opel siehe **Fersen, Otto von:** Opel. Räder für die Welt, 3. Auflage, Gerlingen 1986. Zur Vorgeschichte des Volkswagens siehe **Gudjons, Anette:** Die Entwicklung des Volksautomobils 1904-1945 unter besonderer Berücksichtigung des Volkswagens, Diss., Hannover 1988.

¹⁷⁰ Wie Anm. 162, S.12.

¹⁷¹ Wie Anm. 162, S.11.

auf eine Kooperation der Firmen zur Gemeinschaftsproduktion eines konkurrenzlosen Niedrigpreisprodukts zu drängen. Auf einer am 12. März 1934 stattfindenden interministeriellen Besprechung, bei der neben Vertretern des Verkehrs-, des Wirtschafts- und des Propagandaministeriums auch Korpsführer Hühnlein und Abgesandte des RDA zugegen waren, wurden die Möglichkeiten zur Schaffung eines kostengünstigen Kleinwagens diskutiert.¹⁷² Dabei zeigte bereits die von politischer Seite ins Spiel gebrachte Preisvorstellung von weniger als 1.000 Reichsmark deutlich, dass die Inszenierung des Volkswagens als Vehikel der Partizipation des „kleinen Mannes“ an der Motorisierung im Vordergrund stand. Auf Seiten der Industrie hielt kaum jemand einen solch niedrigen Preis angesichts der schwierigen Rohstofflage für realistisch. Gerade deshalb sahen die beteiligten Firmen die Gefahr, dass der Volkswagen für sie zum Zuschussgeschäft werden könnte, denn es war geplant, dass die großen Hersteller jeweils ein bestimmtes Kontingent an Volkswagen fertigen sollten. Von der Autoindustrie wurde das Vorhaben denn auch als zu unprofitabel und als unwillkommene Konkurrenz zur bestehenden Produktpalette abgelehnt. Zu groß war die Furcht vor einer Verschiebung der Marktanteile und zu gering die zu erwartende Gewinnspanne. Ein Auto wie der Volkswagen konnte sich nur rentieren, wenn er in großen Mengen gefertigt und verkauft werden konnte. Gerade letzteres aber wurde von den führenden Köpfen der Automobilindustrie bezweifelt. Der RDA schätzte die Nachfrage auf nicht mehr als 75.000 Stück jährlich.¹⁷³ Da es dem RDA jedoch nicht ratsam erschien, gegen den ausdrücklichen Wunsch Hitlers das Projekt zu kippen, einigte man sich schließlich darauf, Hitlers Vorschlag zu folgen und Ferdinand Porsche mit der Entwicklung eines Prototypen zu beauftragen. Damit hoffte man seitens der Autoindustrie Zeit zu gewinnen, um das Volkswagenprojekt zu einem späteren Zeitpunkt, wenn die öffentliche Aufmerksamkeit sich ein wenig gelegt haben würde, sang- und klanglos beerdigen zu können.¹⁷⁴

Davon war man Mitte der 30er-Jahre jedoch noch weit entfernt. Die Idee eines Volksautomobils, mit dem die angekündigte Massenmotorisierung konkrete Gestalt annehmen würde, rief in der Presse ein enormes Echo hervor. Tenor der Berichterstattung

¹⁷² Zur Vorgeschichte des Volkswagenwerks siehe: Mommsen: Volkswagenwerk, S.51-115.

¹⁷³ Internes Papiere des RDA, zitiert nach: Ebd., S.120f.

¹⁷⁴ Der umtriebige Ingenieur Ferdinand Porsche, der sich 1930 mit einem eigenen Konstruktionsbüro in Zuffenhausen niedergelassen hatte, war bereits Anfang 1934 mit einem Exposé über den Volkswagen an Hitler herangetreten. Eine Kopie dieses Exposés befindet sich im Historischen Archiv der Dr. ing. h.c. F. Porsche AG. Hitler schätzte Porsche als Konstrukteur, hatte dieser doch ein Jahr zuvor für die Auto Union die erfolgreichen Formel-Eins-Rennwagen entwickelt. Zur Biographie Ferdinands Porsches siehe **Müller, Peter:** Ferdinand Porsche. Der Vater des Volkswagens, 4. Auflage, Graz 1998. Bereits Anfang Januar 1936 konnte Porsche einen Vorführwagen in der Reichskanzlei präsentieren. Beim RDA und bei der Automobilindustrie war man mit Porsches Entwurf alles andere als glücklich. Die Herstellungskosten, so hieß es in einer Denkschrift des RDA, lägen mit 1.600 Reichsmark deutlich zu hoch und der prognostizierte Absatz von 500.000 Stück pro Jahr sei nicht realistisch. Zur Denkschrift siehe: Mommsen: Volkswagenwerk, S.120f.

war, dass der Nationalsozialismus mit dem Volkswagenprojekt den sozialistischen Anspruch auf eine gerechtere Verteilung der Güter in einem zentralen Punkt einlöse. Der „Völkische Beobachter“ schrieb zwei Tage nach der erwähnten Eröffnungsrede Hitlers aus dem Jahr 1934 über den Volkswagen: *„Geboren wurde die Idee aus der Anschauung, dass die Werke der Technik nicht für die Satten und Reichen allein da sind. Geworden ist sie aus dem Willen, den klassentrennenden Charakter des Kraftfahrzeugs, der ihm nun einmal angehängt wurde und auch noch anhängen mag, zu überwinden, indem man der Masse, dem ganzen Volk, das Automobil zugänglich macht.“*¹⁷⁵ Auch „Der Angriff“ brachte einen großen Artikel zu dem Thema unter dem Titel „Der Arbeiter und das Auto“. Darin wurde Hitlers Volkswagenprojekt als die teilweise Verwirklichung des sozialistischen Gehalts im Programm des nationalen Sozialismus der NSDAP interpretiert. Der Nationalsozialismus überwinde die Klassenspaltung und integriere die Arbeiter in die Volksgemeinschaft, indem er ihnen eine Teilhabe am Produkt ihrer Arbeit ermögliche: *„Der Arbeiter, der die Automobil-Ausstellung in Berlin besucht, betrachtet sie mit einem zweifachen Stolz. Die großen neuen Maschinen sind funkelnde Denkmäler des schaffenden Geistes und der schaffenden Hände. Die ganze Schau dieser Arbeit aber gibt ihm die Gewissheit, dass hier nicht Luxusgüter für eine kleine Schicht vorgeführt werden, sondern auch für ihn eine Achse dabei ist, auf der er mit seinen Kameraden in den kommenden Jahren dahinrollen wird“*¹⁷⁶ Fast schien es, als wäre die Aufhebung des „klassenspaltenden Charakters“ des Automobils gleichbedeutend mit der Aufhebung der Klassegegensätze insgesamt. Und es war bei Weitem nicht nur die parteieigene Presse, die sich in derartigen Lobreden auf Adolf Hitler erging. So griff zum Beispiel die „Deutsche Bergwerkszeitung“ das Thema Volkswagen auf und betonte die Bedeutung der persönlichen Initiative Hitlers für ein aus ihrer Sicht zukunftsweisendes Projekt des sozialen Fortschritts: *„Der Volkswagen ist das ureigenste Werk des Führers. Schon in der Kampfzeit hat sich der Führer mit diesem Gedanken beschäftigt. Und nach der Machtübernahme hat der Führer jedes Jahr bei der Eröffnung der Automobilausstellung den Bau des Volkswagens als ein Hochziel unseres nationalsozialistischen Wollens hingestellt. Aber mit Gedanken und Worten hat es der Führer auch hierbei nicht bewenden lassen. Im ersten Jahre der Macht erteilte der Führer bereits konkrete Aufträge, begutachtete vorgelegte Konstruktionen, gab selbst Anregungen, besorgte die finanziellen Mittel, mit einem Wort, der Führer lebte und arbeitete täglich mit diesem seinem Lieblingsgedanken. [...] So ist mit nationalsozialistischer Entschlusskraft und Gründlichkeit und im gewohnten*

¹⁷⁵ Völkischer Beobachter vom 10. März 1934.

¹⁷⁶ Der Arbeiter und das Auto, in: Der Angriff vom 14. Februar 1935.

nationalsozialistischen Tempo ein Werk in Angriff genommen worden, das zu den größten Sozialwerken aller Zeiten und Länder gehören wird.“¹⁷⁷

Hitler, so das Bild in der Presse, bewiese mit der Schaffung des Volkswagens, dass er die Interessen der Arbeiter und der einfachen Leute ernst nehme und sich ihrer annehme. Der „Führer“ wurde zum „Wohltäter“ stilisiert, der dem deutschen Volk nicht nur Straßen, sondern auch einen Wagen schenke. *„Es lässt uns den Führer ganz nah miterleben, wenn wir daran denken, wie für den begeisterten Kraftfahrer Adolf Hitler der utopische Gedanke ganz besonders wichtig war, dass möglichst alle seine Volksgenossen die gleiche Freude der Freiheit in Zeit und Raum genießen möchten, und dass er das schier Unmögliche wirklich zu werden zwang.*“¹⁷⁸ Bezeichnend für diese Darstellung Hitlers als Anwalt der Interessen der Arbeiter ist eine Anekdote, die Mitte der 30er-Jahre immer wieder in der Presse auftauchte und Hitlers Verbundenheit mit den „einfachen Leuten“ illustrieren sollte: *„Der Führerwagen überholte einen Motorradfahrer, der vom Regen triefend und kälteschauernd mit eingezogener Schulter seinen Weg nahm. Da sagte der Führer, auf den Mann und seine bedauernswerte Mitfahrerinweisend: Ich möchte, wenn ich dazu in der Lage wäre, am liebsten jedem dieser Leute einen Wagen schenken.*“¹⁷⁹

¹⁷⁷ Deutsche Bergwerkszeitung vom 2. August 1938.

¹⁷⁸ Unser Führer und die deutsche Kraftfahrt, in: Automobiltechnische Zeitschrift, 1939, Bd.42, Beilage zu H.8, ohne Seitenangaben.

¹⁷⁹ Völkischer Beobachter vom 26. Mai 1938.

2.1.3. Das Automobil als Leitbild einer „stählernen Romantik“

In der politischen Selbstdarstellung der nationalsozialistischen Regierung fungierte das Automobil also als Symbol für den Aufbruch Deutschlands in moderne Zeiten. Die Motorisierung, die durch das Auto repräsentiert wurde, verhieß Konkurrenzfähigkeit durch Technisierung, Teilhabe des Einzelnen am Fortschritt sowie Lohn und Brot für viele. Die „ADAC-Motorwelt“ brachte die Aspekte Motorisierung, Fortschritt und Nationalsozialismus griffig auf die Formel: *„Wir fahren unterm Hakenkreuz der Sonne entgegen“*.¹⁸⁰ Das Motorisierungskonzept sollte aber mehr sein als lediglich ein gesellschaftliches Fortschrittsprogramm. Aus Sicht führender Nationalsozialisten stand das Automobil auch für einen anderen, einen nationalsozialistischen Weg in die Moderne. Der Nationalsozialismus beschreite einen ganz eigenen Weg im Umgang mit den Kräften des technischen Zeitalters, so die vor allem von Goebbels propagierte Selbstdeutung der Partei. Kennzeichnend für diesen Weg war eine von Goebbels als *„stählerne Romantik“* bezeichnete Haltung.¹⁸¹ Der technologische Fortschritt könne nicht einfach sich selbst überlassen werden, so der Propagandaminister, sondern müsse politisch kontrolliert und gebändigt werden. Diese Einheit von Technik und nationalen Werten unterscheide den nationalsozialistischen Weg von westlichen Gesellschaftsmodellen, in denen die Technik zumeist nur im Dienst des Kapitals stehe.¹⁸² Goebbels, der sich in seinen öffentlichen Auftritten immer wieder diesem Thema widmete, nutzte regelmäßig die effektvolle Bühne der Internationalen Automobil- und Motorradausstellungen, um die Besonderheit des nationalsozialistischen Technikverständnisses zu betonen. Angesichts des rasanten Fortschritts der Wissenschaften sei die Politik *„vielfach hinter dem stürmischen Siegeszug der Technik zurückgeblieben.“* Daher habe sich in vielen Ländern eine *„unüberbrückbar scheinende Kluft“* zwischen Politik und Fortschritt aufgetan. Auch in Deutschland habe die *„bürgerliche Reaktion“* der Technik ablehnend gegenüber gestanden, *„während moderne Skeptiker in ihr überhaupt die tiefste Ursache des Verfalls unserer europäischen Kultur erblicken zu müssen“* glaubten.¹⁸³ Hier spielte Goebbels auf die antimodernistischen und kulturkritischen Strömungen an, die bereits im Kaiserreich das Verschwinden einer bürgerlichen Kultur durch die gesellschaftliche

¹⁸⁰ ADAC-Motorwelt, 1933, Bd.30, H.34, S.7.

¹⁸¹ Eröffnungsrede von Joseph Goebbels, abgedruckt in der Broschüre: Kräfte sammeln, Kräfte lenken, Kräfte sparen. Drei Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1939, S.7. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1939.

¹⁸² Zum Amerikabild der NS-Führung und zum Vorurteil, Amerika sei zwar technologisch überlegen, könne aber aufgrund seiner inferioren Kultur niemals gegen Deutschland bestehen, siehe **Weinberg, Gerhard:** Hitler's Image of the United States, in: American Historical Review, 1964, Bd.69, S.1006-1021.

¹⁸³ Wie Anm. 181, S.8f.

Modernisierung beklagt hatten.¹⁸⁴ Vor allem in konservativen Kreisen war immer wieder vor den Gefahren einer „Vermassung“ und vor der Auslieferung des Menschen an eine „seelenlose“ Technik gewarnt worden. Zentrales Argument war dabei gewesen, die moderne Technik führe zu einer Entfremdung von der Kultur und den übergeordneten Werten, die dem menschlichen Dasein in den vorangegangenen Zeiten Sinn und Orientierung gegeben hätten.

Eben diesen Zustand habe der Nationalsozialismus laut Goebbels überwinden können, denn der *„Nationalsozialismus hat es verstanden, der Technik ihr seelenloses Gepräge zu nehmen und sie mit dem Rhythmus und mit dem heißen Impuls unserer Zeit zu füllen.“*¹⁸⁵ Die „Kluft“, so Goebbels, die in der Vergangenheit zwischen der Sphäre der Technik und den allgemeinen Werten geklafft habe, sei die Ursache dafür gewesen, dass sich die Technik gegen den Menschen und die Gemeinschaft habe wenden können. Diese „Kluft“ zwischen Technik und Politik sei nun dadurch überwunden, dass der Primat der Politik wieder eindeutig etabliert wurde. *„Die nationalsozialistische Revolution hat die Politik wieder zum führenden Faktor auf allen Lebensgebieten unseres Volkes gemacht. Sie läuft heute nicht hinter der Entwicklung der Technik her, sie schreitet auch ihr wegweisend voran und zeigt ihr Richtung und Ziel.“*¹⁸⁶ Von zentraler Bedeutung für Goebbels war demnach die Tatsache, dass sich der technische Fortschritt einem politischen Ziel unterordnen müsse. Erst durch den politischen Zweck, so Goebbels weiter, werde die Technik ihrerseits „beseelt“, gleichzeitig aber auch in Richtung auf das politische Ziel hin „diszipliniert“ und „in den Dienst des Volkes“ gestellt.¹⁸⁷ Wenngleich von Goebbels nicht expressis verbis gesagt, so ist seine Rede doch offenkundig von dem Gedanken getragen, dass die Verbindung zwischen Mensch und Technik durch politische Werte vermittelt zustande komme. Die Technik könne keine Werte aus sich selbst heraus schaffen, bedürfe daher einer Wertbindung, um im sozialen Kontext als sinn- und bedeutungsvoll erfahren zu werden. Damit griff Goebbels erneut einen Topos der anti-modernistischen Technikkritik auf, nämlich dass sich die Technik verselbständige und sich gegen den Menschen wende, wenn der Fortschritt nicht durch ein klares Wertegefüge gelenkt werde. Dieses Argumentationsmuster prägte vor allem die Modernitätskonzeptionen der Zivilisationskritik, fand aber auch in konservativen Kreisen seit dem Weltkrieg zunehmend

¹⁸⁴ Zur Kulturkritik der Weimarer Jahre siehe beispielsweise **Mosse, George L.:** *The Crisis of German Ideology. Intellectual Origins of the Third Reich*, New York 1964. Zur Technikkritik vgl. **Sieferle, Rolf P.:** *Fortschrittsfeinde? Opposition gegen Technik und Industrie von der Romantik bis zur Gegenwart*, München 1984.

¹⁸⁵ Wie Anm. 181, S.7.

¹⁸⁶ Eröffnungsrede von Joseph Goebbels, abgedruckt in der Broschüre: *Das deutsche Kraftfahrzeug Verkehrsmittel des ganzen Volkes. Vier Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1938*, S.7f. Die Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen Ausstellungen, Berlin 1938.

¹⁸⁷ Wie Anm. 181, S.10f.

Verbreitung. Es setzte sich dort die Erkenntnis durch, dass eine rein reaktionär gefärbte Abwehr jeglicher Modernisierungskonzepte auf Dauer kein zukunftsfähiges politisches Programm darstelle. Stattdessen sollte eine nationalpolitisch instrumentalisierte Technik wissenschaftlichen Fortschritt mit reaktionärer politischer Programmatik verbinden.¹⁸⁸ Eben hier knüpfte Goebbels ideologisch an, in dem Versuch, anti-westliche und anti-modernistische Tendenzen der eigenen Ideologie mit einer tief greifenden Verwissenschaftlichung und Technisierung der Lebens- und Arbeitswelt zu versöhnen. Der Nationalsozialismus, so Goebbels, habe ein Zeitalter geprägt, „das zugleich romantisch und stählern ist, das seine Gemütsiefe nicht verloren, andererseits aber auch in den Ergebnissen der modernen Erfindung und Technik eine neue Romantik entdeckt hat.“¹⁸⁹

Und eben weil es der NSDAP gelungen sei, die moderne Technik mit den Werten der Nation zu verknüpfen, die Technik also gleichsam zu nationalisieren, sei, so Goebbels, der Nationalsozialismus die „moderne politische Ausdrucksform des 20. Jahrhunderts.“¹⁹⁰ Moderne wurde hier, das ist wichtig festzuhalten, nicht-normativ über die Kategorien Technik und Fortschritt definiert. Ein normatives Konzept von Modernität, das sehr viel stärker auf den Werten des Humanismus und der Demokratie basiert hätte, passte nicht in das Weltbild des Nationalsozialismus. Eine normative und an den Werten der Aufklärung orientierte Modernitätskonzeption geriet aber paradoxerweise gerade in den Augen der nicht-normativen NS-Ideologie unter den Verdacht, inhaltsleer und unmenschlich zu sein. Damit Fortschritt und Moderne nicht zur Bedrohung werden konnten, mussten sie aus Sicht der Nationalsozialisten in den Deutungshorizont einer nationalistischen Ideologie eingebaut werden, um nicht richtungslos und schließlich zum Selbstzweck zu werden. Gerade in dieser konsequenten gesellschaftspolitischen Rahmensetzung meinte das „Dritte Reich“ sich von der westlichen Moderne zu unterscheiden. Der Nationalsozialismus wollte zwar die Moderne, aber er wollte eine „andere Moderne“, einen anderen Weg in die Moderne als Westeuropa und die USA. Man könnte gleichsam von einem spezifisch deutschen Weg in die Moderne sprechen.

Das Automobil stand in der NS-Propaganda symbolisch für diesen deutschen Weg in die Moderne. Im Rahmen der Eröffnungsfeiern der Automobilausstellungen wurde von führenden Politikern der deutsche Wagen immer wieder als Beispiel dafür bemüht, dass der Nationalsozialismus sich vom schädlichen westlichen Vorbild abgewandt und einen

¹⁸⁸ Zu den alternativen Modernitätskonzeptionen zivilisationskritischer Strömungen siehe **Rohrkämer, Thomas:** Eine andere Moderne? Zivilisationskritik, Natur und Technik in Deutschland 1880-1933, Paderborn 1999. Die reaktionären Modernitätskonzeptionen konservativer und rechter Kreise schildert **Herf, Jeffrey:** Reactionary Modernism. Technology, Culture and Politics in Weimar and the Third Reich, Cambridge 1984.

¹⁸⁹ Wie Anm. 181, S.7.

¹⁹⁰ Wie Anm. 186, S.7.

deutschen Weg in die Moderne eröffnet habe. Ein „klassischer Beweis“ für die Richtigkeit dieser Annahme seien die Automobilausstellungen selbst, befand Goebbels in einer Eröffnungsrede zur IAMA in Berlin. Die Messe hätte zuvor noch den Charakter einer reinen „Industrieschau“ gehabt, die nur für „Händler und Käufer“ interessant gewesen sei. Dem Volk hingegen sei das Auto fremd geblieben. Aber seit der „Machtübernahme“ stünden die Ausstellungen in „einer inneren Beziehung zum Volke selbst“.¹⁹¹ Es waren in erster Linie die Themen Siedlungspolitik und Stadtplanung, die es der nationalsozialistischen Propaganda in diesem Zusammenhang ermöglichten, am Automobil reaktionäre Blut-und-Boden-Ideologie mit Moderne und Technisierung symbolisch zu versöhnen und damit ein Beispiel für die behauptete Wertbindung von Technik zu geben. „Vielleicht können nur wenige Menschen sich bereits heute eine Vorstellung davon machen, in welchem Ausmaß sich Deutschland nach dem Sieg in kürzester Zeit zu einem sozialen Großstaat allererster Ordnung, zu dem nationalsozialistischen Staat in des Begriffes wahrster Bedeutung entwickeln und emporheben wird,“ schrieb die halbstaatliche Zeitschrift „Motor Schau“ in einem Artikel über die zukünftige Motorisierung Deutschlands nach dem Krieg. „Er [Robert Ley, Leiter der Deutschen Arbeitsfront] sprach von 3 Millionen KdF-Wagen im Jahr. Im Jahr! Wer sieht da nicht schon im Geiste die Wandlung der engen Städte, ihrer Straßen, [...] die Lösung der so brennenden Wohnungs- und Siedlungsfragen, die Erholungsmöglichkeit?“¹⁹² Im zukünftigen nationalsozialistischen Weltreich sollte das Automobil dazu dienen, eine vollkommen neuartige Siedlungsform zu ermöglichen. Ziel war die Rückkehr zur Scholle und dadurch die Bindung des Menschen an die Natur, gleichzeitig aber ein hoher Grad an Verflechtung und Mobilität der Gesellschaft. Eine Artikelserie in der Zeitschrift „Motor und Sport“ würdigte die Funktion des Autos für eine Siedlungspolitik, die diesen Anforderungen gerecht werden sollte: „Die Auflockerung der Großstädte und die Wiederbodenständig- und sesshaftmachung der Bevölkerung ist somit eine der größten bevölkerungspolitischen Aufgaben des Dritten Reiches, und diese Aufgabe ist nur lösbar mit Hilfe einer vollkommen durchgeführten Motorisierung.“¹⁹³ Hier traf die nationalsozialistische Vorstellung einer heimatverbundenen Agrarkultur auf die Möglichkeiten einer technisierten Gesellschaft und gerade diese Kombination schien einen neuen Weg in die Moderne zu weisen, der den Fortschritt integrierte, ohne die traditionellen Bindungen aufzugeben. In dieser Modernitätskonzeption wurde das Auto zum Mittler zwischen einer rückwärtsgewandten Agrarromantik einerseits und der Beschleunigung der Lebens- und Arbeitswelt des modernen Menschen andererseits.

¹⁹¹ Wie Anm. 181, S.6.

¹⁹² Motor Schau, 1941, Bd.5, S.8.

¹⁹³ Motor und Sport, 1934, Bd.11, H.19, S.9.

An dieser Schnittstelle symbolisierte das Auto den anderen, den nationalsozialistischen Weg in die Zukunft. *„Und so wird vielleicht mit der Vollendung des gewaltigen Werkes, das da geplant ist, ein ganz neuer Typ Mensch entstehen, nämlich ein Mensch, der bodenständig ist, wie der Bauer, und doch beweglich ist, wie der Mensch des 20. Jahrhunderts sein soll. Als Medium aber für diese Bodenständigkeit und diese Beweglichkeit zugleich wird und muss ihm das Kraftfahrzeug dienen.“*¹⁹⁴

In diesem Bild des in der Heimat fest verwurzelten und dennoch hoch mobilen Volksgenossen griff die „Motor und Sport“ den wohlbekannten Topos von der Stadt als Ausprägung aller Übel der modernen Lebensweise auf. Die Großstadt sei ein *„zweifelhafter Segen der Zivilisation“*, sei sie doch der Ausdruck für all die Zwänge und Entfremdungen, denen der moderne Mensch unterworfen sei. Das Auto eröffne demgegenüber den Weg aus der Stadt und in die Natur, es habe daher eine der *„erfreulichsten Erscheinungen der Gegenwart vorbereitet, nämlich die Stadtflucht.“*¹⁹⁵ Das Besondere des nationalsozialistischen Motorisierungsprogramms sei daher, dass es die moderne Technik nutze, um zur Natur zurückzukehren und somit die durch die Technik überhaupt erst geschaffene Entfremdung des Menschen von seinen Wurzeln wieder rückgängig zu machen. Die renommierte „Allgemeine Automobil-Zeitung“ schrieb über diesen Zusammenhang: *„Den Abgrund, den die Technik öffnete, hat der im Auto verkörperte technische Fortschritt überbrückt. Ein Paradoxon und ein Wunder zugleich, dass hier die Technik den Menschen zur Natur zurückführt.“*¹⁹⁶ Derartige Artikel, die vor allem von der Motorpresse häufig publiziert wurden, zeigen deutlich, wie sehr das Motorisierungsprojekt als ein anderer Weg in die Moderne verstanden wurde, der sich nicht in einer bloßen Ablehnung der Technik erschöpfte, sondern einen anderen Umgang mit den Möglichkeiten des Fortschritts suchte. Eine solche Interpretation der Motorisierung als Befreiung des deutschen Volkes von den Fesseln einer fehlgeleiteten Moderne lag zudem ganz auf der Linie der Selbstinszenierung der NSDAP als Erwecker und Befreier der Nation. Der andere Weg in die Moderne, so schien es in der Wahrnehmung der Zeitgenossen, verfolge eine Befreiung des modernen Menschen von der Technik durch die Technik und beende somit die von den Modernisierungskritikern der Zwischenkriegsjahre so oft beklagte Unfreiheit als Folge der Technisierungsprozesse.

Dabei bleibt festzuhalten, dass es sich nicht um einen demokratischen Freiheitsbegriff handelte, im Sinne einer politisch verstandenen „Freiheit von“ politischen Zwängen und Repressionen. Im Kontext des Motorisierungsgedankens war Freiheit lediglich definiert als

¹⁹⁴ Ebd.

¹⁹⁵ Ebd.

¹⁹⁶ Allgemeine Automobil-Zeitung, 1933, Bd.34, H.15, S.10.

eine „Freiheit zu“, verstanden im Sinne der Möglichkeit, sich einer Sache, hier des Autos, zu bemächtigen. Dass sich gegen eine solche Verengung des Freiheitsbegriffs vor allem in der Motorpresse kein Widerspruch regte, überrascht angesichts der rigiden Pressezensur kaum. Ein wenig befremdlich aber wirkt die auch in nicht direkt staatlich kontrollierten Medien immer wieder durchschimmernde Haltung, die Motorisierung symbolisiere letztlich die umfassendere und wesentlichere Freiheitskonzeption als Teil der nationalsozialistischen Moderne. So hieß es beispielsweise in der „Motor und Sport“, die noch heute unter dem Namen „Auto, Motor und Sport“ publiziert wird, es sei Hitlers Verdienst gewesen, *„dem deutschen Volke eine Freiheit zu schenken, die viel kostbarer, viel lebensbejahender und schöner sein kann als jede Eigenbrötelei, denn dies war nur zu oft der missverstandene Kern der geistigen Freiheit. Jeder Mensch ist geistig frei, befreit, wenn er die Möglichkeit hat, aus der Stadt hinaus in die Natur zu kommen [...] das Kraftfahrzeug ist ein gewaltiges Hilfsmittel der Lebensbejahung“*¹⁹⁷ Hier erschien die Motorisierung als Emanzipation des Individuums und der nationalsozialistische Weg in die Moderne als Weg in eine Freiheit, die den westlichen Völkern aufgrund ihrer Abhängigkeit von der Technik versperrt bleiben müsse.

Allerdings kollidierte die angestrebte Befreiung von den Zwängen der Moderne durch die behauptete Nationalisierung der Technik mit eben den Zwängen, denen sich das Individuum unter Berufung auf die Einheit der Nation ausgesetzt sah. Die Volksgemeinschaft war kein Ort, an dem sich das Individuum entfalten konnte, ganz gleich ob mit oder ohne Auto. Dass sich selbst erfahrene Motorjournalisten gedanklich in diesem Widerspruch verheddern konnten, zeigt ein Artikel des Doyens der Autopresse, Walter Ostwald, aus dem Jahre 1939: *„Die Harmonie zwischen der durch die Kraftfahrt im Gegensatz zum Beispiel zur Schiene ermöglichten Freiheit des Einzelmenschen in Raum und Zeit auf der einen und der durch schärfste Organisation geschaffenen zusammengeballten Kraft des deutschen Volkes auf der anderen Seite, die ist auch nicht ganz leicht zu verstehen.“* Immerhin offenbare sich im „Motorisierungswillen“ des deutschen Volkes jener *„faustische Drang zur Überwindung von Raum und Zeit“*, der schon immer für den Freiheitsgeist der Nation prägend gewesen sei.¹⁹⁸ Auch hier klingt wieder ein spezifisch deutscher Weg an, in dem Freiheit nicht als politische Mitbestimmung gelebt wird, sondern auf eine Mobilitätskonzeption fokussiert wird, die moderne Technik mit raunender Mystik und romantisierendem Kitsch kombinierte.

Letztendlich blieben die Verheißungen des Motorisierungsprojekts eine rein ideologische Überformung der gesellschaftlichen Widersprüche, die sich im Gefolge allgemeiner Modernisierungsprozesse in vielen europäischen Ländern auftraten. Das Auto war

¹⁹⁷ Motor und Sport, 1934, Bd.11, H.9, S.17.

¹⁹⁸ Automobiltechnische Zeitschrift, 1939, Bd.42, H.8.

in den 30er-Jahren, und das ist an dieser Stelle ausdrücklich festzuhalten, kein Vehikel der Emanzipation des Individuums. Zudem widersprachen auch die verkehrspolitischen und sozialen Realitäten einer solchen Deutung des Automobils als Symbol der Befreiung. Ungeachtet aller Motorisierungspropaganda blieb auch im „Dritten Reich“ die Bahn das wichtigste Verkehrs- und Transportmittel im zivilen, wie auch im militärischen Bereich. Von einer Motorisierung breiter Schichten der Bevölkerung konnte bis Kriegsausbruch keine Rede sein. Das Motorisierungsprogramm blieb eine Verheißung und wurde bis 1939 nie eingelöst. 90% der verkauften Autos wurden von der Industrie, den Behörden oder privaten Gewerbetreibenden erworben, während auf die Arbeiterschaft gerade einmal 1% der Neuzulassungen entfiel.¹⁹⁹ Die nationalsozialistische Propaganda bemühte sich zwar, den wirtschaftlichen Aufschwung der Kfz-Industrie als Beleg für den Erfolg des Motorisierungsprogramms darzustellen, doch auch im Hinblick auf den Gesamtausstoß und die ökonomische Bedeutung der Automobilbranche sprachen die Zahlen eine andere Sprache. 1935 verkaufte die gesamte deutsche Automobilindustrie 215.000 Fahrzeuge, die von 118.000 Beschäftigten hergestellt wurden und erwirtschaftete damit einen Gesamtumsatz von 1,2 Milliarden Reichsmark.²⁰⁰ Zum Vergleich: Im Jahr 2005 erwirtschaftete allein der VW-Konzern 95 Milliarden Euro und produzierte über 5 Millionen Fahrzeuge.²⁰¹ Als das Regime die Aufrüstung forcierte, wurde das zivile Motorisierungsprogramm schließlich von den militärischen Zielsetzungen der Nationalsozialisten überlagert. Fahrzeugbestellungen der Wehrmacht waren ohnehin schon zuvor mit Vorrang bedient worden, so dass Lieferzeiten von mehr als einem halben Jahr für zivile Kunden zur Regel wurden. Einen traurigen Schlusspunkt erreichten die Bemühungen um eine Breitenmotorisierung, als im September 1939 an alle Kraftfahrzeugbesitzer die Aufforderung erging, ihr Fahrzeug der Wehrmacht auf Abruf zur Verfügung zu stellen.²⁰² Diese Maßnahmen zeigen exemplarisch, dass das Motorisierungsprogramm quer zu den militärischen Zielen des Regimes lag und für das konkrete politische Handeln der NS-Führung in den allermeisten Fällen keine praktische Relevanz besaß.

¹⁹⁹ Die Zahlen stammen aus: Edelmann: Luxusgut, S.210.

²⁰⁰ Die Zahlen stammen aus der Eröffnungsrede des RDA-Präsidenten Allmers, in der er ein Resümee des bislang Erreichten zu geben versuchte. Die Rede ist abgedruckt in einer vom RDA herausgegebenen Broschüre, die zitierten Zahlen finden sich auf S.3f. Ein Exemplar der Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1936.

²⁰¹ Siehe Geschäftsbericht der Volkswagen AG für das Berichtsjahr 2005, abrufbar im Internet über die Homepage des Volkswagenkonzerns, Internetadresse: <http://gb.volkswagen.de>.

²⁰² Die Angaben stammen aus: Edelmann: Luxusgut, S.208f.

2.2. Das Automobil als Kristallisationspunkt eines spezifisch deutschen Zugangs zu Technik und Moderne

2.2.1. Fordismus am Mittellandkanal – Der Volkswagen als politisch propagiertes Symbol für die Fortschrittlichkeit des Einfachen

Ungeachtet der sozialen Realität und der tatsächlichen Situation am Automobilmarkt erreichte die Motorisierungspropaganda im Mai 1938 mit der Grundsteinlegung zum Volkswagenwerk einen erneuten Höhepunkt. Am Volkswagen-Projekt der Reichsregierung erfuhr die von Goebbels angekündigte Politisierung der Technik als Merkmal des spezifisch deutschen Wegs in die Moderne eine publikumswirksame Konkretisierung. Die Vorgänge um die Errichtung des Werks am Mittellandkanal eignen sich aus zwei Gründen in besonderem Maße dazu, die gezielte Aufladung der Technik mit Ideologien und gesellschaftspolitischen Zielvorstellungen darzustellen. Zum einen belegt gerade das Volkswagenprojekt, wie groß die öffentliche Wirkung der nationalsozialistischen Modernitätspropaganda war. Obwohl die Motorisierungsmaßnahmen kaum konkrete sozialpolitische Wirkung hatten, war ihr Einfluss auf die Wahrnehmung des Nationalsozialismus durch die Bevölkerung enorm. In einem Stimmungsbericht für die im Exil lebenden Spitzen der SPD wurde das Meinungsbild in Deutschland zum Thema Motorisierung und Volkswagen geschildert. Es sei eine regelrechte *„Volkswagen-Psychose“* entstanden. *„Lange Zeit war in Deutschland innerhalb aller Schichten der Wagen ein Hauptgesprächsthema. Alle anderen bedrückenden Probleme – die innen- und außenpolitischen – wurden eine Zeitlang in den Hintergrund gedrängt. Der graue deutsche Alltag versank unter dieser Zukunftsmusik.“* Selbst ehemalige Sozialdemokraten hätten bekundet, das Volkswagenprojekt sei *„der erste sozialistische Anfang Adolf Hitlers. [...] Die Verwirklichung der Parole ‚Jedem sein eigenes Auto‘ wird wahrscheinlich große Auswirkungen im Leben des Einzelnen, wie auch im Gesamtleben des Volkes im Gefolge haben. [...] Die gesellschaftliche Kluft wird schmaler werden“*, so die Einschätzung der sozialdemokratischen Berichterstatter.²⁰³ Die Partizipationsverheißung des Motorisierungsprogramms schien demnach nicht ungehört geblieben zu sein.

Dies mag zum Teil auch durch die starke Präsenz des Volkswagen-Projekts in den Medien bedingt gewesen sein. Vor allem die Motorpresse suchte sich gegenseitig in Spekulationen über die technische Natur des geplanten Volkswagens zu überbieten und nährte damit das

²⁰³ Deutschland-Berichte der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands, Jg.6, 1939, Bericht Nr.4, zum Volkswagen insbesondere S.480-490, Zitat auf S.488f.

Interesse der Öffentlichkeit immer wieder aufs Neue.²⁰⁴ Die Wogen der medialen Aufmerksamkeit schlugen derart hoch, dass die Parteiführung sich im Januar 1935 veranlasst sah, der Presse weitere Veröffentlichungen zu diesem Thema zu untersagen. In einer Anweisung an die Presse hieß es daher: *„Es wird daran erinnert, dass über den sogenannten Volkswagen nicht berichtet werden darf. Der Begriff Volkswagen soll allmählich aus der öffentlichen Diskussion überhaupt verschwinden.“*²⁰⁵ Die öffentliche Beschäftigung mit dem Thema hatte sich offenbar so sehr verselbständigt, dass man nicht nur im Reichspropagandaministerium fürchtete, die Deutungshoheit über die Massenmotorisierung als nationalsozialistisches Modernisierungsprojekt zu verlieren. So wurde beispielsweise die „Kölnische Zeitung“ von der Zensur gerügt, weil sie einen Artikel über den Volkswagen veröffentlicht und darin Henry Ford als den Vater des Volksautomobils bezeichnet hatte. *„Eine derartige Darstellung ist völlig unmöglich. Bekanntlich soll über das Thema des Volkswagens überhaupt nichts geschrieben werden, aber abgesehen davon, kann als Schöpfer des deutschen Volkswagens in späterer Zeit nur Adolf Hitler genannt werden.“*²⁰⁶ Nach der Intervention des Reichspropagandaministeriums legte sich die Aufregung um den Volkswagen allmählich. Zur Grundsteinlegung für das Volkswagenwerk am 26. Mai 1938 hatte der NS-Propagandaapparat die Deutungshoheit über das Motorisierungsvorhaben wieder etabliert.

Neben der großen öffentlichen Wirkung gibt es noch einen weiteren Grund für die Wahl des Volkswagenprojektes als Beispiel, an dem die von Goebbels propagierte Wertbindung der Technik dargestellt werden soll. Das Vorhaben war von seiner ganzen Konzeption her von vornherein ein politisches Projekt, das aus propagandistischem Antrieb und ohne erkennbare ökonomische Motive betrieben wurde. Eben aus diesem Grund hatte sich die

²⁰⁴ So erschienen beispielsweise allein in der eher an technischen Fragen interessierten „Automobiltechnischen Zeitschrift“ im Verlauf des Jahres 1934 mehrere Artikel, die sich mit konstruktiven Details des geplanten Volkswagens auseinandersetzten. Siehe: Welche Ansprüche müssten an einen von der Industrie gemeinsam erzeugten Volkstypen gestellt werden können? in: Ebd., 1934, Bd.37, S.184-187; sowie: Der Volkswagen. Wer verstand den Führer recht, in: Ebd., S.209f; und: Die Motorisierung Deutschlands, in: Ebd., S.233f. Über das konkrete Beispiel der Volkswagenpropaganda hinaus bleibt festzuhalten, dass die Berichterstattung zum Thema Automobil insgesamt sehr rege war, auch und gerade in der Tagespresse. So war am Eröffnungstag der IAMA in der Regel die gesamte erste Seite des „Völkischen Beobachter“ voll mit Berichten über die Eröffnungszereemonie. Siehe zum Beispiel: Völkischer Beobachter vom 9. März 1934. Am selben Tag brachte „Der Angriff“ einen Beitrag, der die gesamte Titelseite beanspruchte unter dem Titel „Der billige Volkswagen für Millionen kommt“. In der Ausgabe vom 14. Februar 1935, die insgesamt 20 Seiten umfasste, berichtete „Der Angriff“ auf sieben Seiten ausschließlich über die gerade eröffnete IAMA. Aber auch die „Frankfurter Zeitung“ brachte am 17. Februar 1935 eine achtseitige Sonderbeilage zum Thema Automobil und Ausstellung. 1938 wuchs die Sonderbeilage auf insgesamt zwölf Seiten an. Siehe: Frankfurter Zeitung vom 20. Februar 1938.

²⁰⁵ ZSg 101/7/5/Nr.8, vom 4. Januar 1936, abgedruckt in: NS-Pressanweisungen der Vorkriegszeit, hg. von Hans Bohrmann und Gabriele Toepser-Ziegert, Bd.4, München 1993, S.5. Siehe zudem: ZSg 101/5/177/Nr.1361, vom 31. Mai 1935, in: Ebd., Bd.3, München 1987, S.332f, in der ausdrücklich auf das Berichtsverbot über den Volkswagen verwiesen wird.

²⁰⁶ ZSg 101/7/287/Nr.400, in: Ebd., Bd.4, S.486f.

Automobilindustrie von Anfang an gegen ein solches Vorhaben gewandt. Hitler, der sich in der Öffentlichkeit immer wieder mit dem Volkswagen identifiziert hatte, geriet durch die ablehnende Haltung der Autoindustrie zunehmend unter Handlungsdruck. Er war grundsätzlich bereit, die Produktionsfrage politisch zu regeln und zur Herstellung des Volkswagens einen Staatsbetrieb zu gründen; ein Vorgehen, zu dem vor allem Porsche immer wieder geraten hatte, um die in dieser Frage zunehmend störrisch agierende Autoindustrie auszuschalten. Mit Robert Ley, dem Führer der Deutschen Arbeitsfront (DAF), war rasch ein Verantwortlicher gefunden, der die Planung und Errichtung einer neuen Automobilfabrik in seinen Zuständigkeitsbereich ziehen wollte und der vor allem auch über die notwendigen finanziellen Mittel verfügte.²⁰⁷ Am 28. Mai 1937 wurde die Gesellschaft zur Vorbereitung des deutschen Volkswagens mbH (Gezuvor) gegründet, finanziert von der DAF und unter der Leitung von Jacob Werlin, Ferdinand Porsche und Bodo Lafferentz als Vertreter der Arbeitsfront. Neben der technischen Entwicklung des Volkswagens bestand die wichtigste Aufgabe der Gezuvor darin, die Voraussetzungen für den Bau der Produktionsstätten zu schaffen. Als der erste Spatenstich für das zukünftige Volkswagenwerk erfolgte, war das gesamte Projekt also eine rein politische Angelegenheit geworden. Die Dimensionierung des Vorhabens war dementsprechend ehrgeizig. Lafferentz hatte einen Finanzierungsbedarf von knapp 170 Millionen Reichsmark ermittelt. Geplant war, das Werk in drei Ausbaustufen zu errichten, von denen jede eine Produktionskapazität von 150.000 Wagen pro Jahr haben sollte. Ältere Planungen gingen sogar von einer Jahresproduktion von 1,5 Millionen Autos aus. Dass dies gewaltige Ausmaße waren, zeigt der Vergleich mit einem der größten Hersteller, der Auto Union, die zu diesem Zeitpunkt etwa 50.000 Fahrzeuge pro Jahr produzierte.²⁰⁸

Um solche Produktionszahlen erreichen zu können, plante man eine hochmoderne, automatisierte Großserienfertigung, deren Rationalisierungsgrad mit dem amerikanischer Firmen vergleichbar sein sollte.²⁰⁹ Wie stark man sich am amerikanischen Vorbild orientierte, zeigen nicht nur die zahlreichen in der Presse angestellten Vergleiche des Volkswagenwerks mit den Ford-Werken in Detroit oder die Redewendung „River-Rouge vom

²⁰⁷ Zur Person von Robert Ley im polykratischen Herrschaftsgeflecht des „Dritten Reichs“ siehe **Smelser, Ronald**: Robert Ley. Hitler's Labor Front Leader, London 1988. Um dem Engagement der DAF auch nach Außen hin Geltung zu verleihen, benannte Hitler den Volkswagen kurzerhand in „KdF-Wagen“ um, in Anlehnung an die zur DAF gehörende Organisation „Kraft durch Freude“. Zur Vorgeschichte des Volkswagenwerks siehe: Mommsen: Volkswagenwerk, S.115-177.

²⁰⁸ Ebd. Die Angaben zu den Produktionszahlen der Auto Union stammen aus: Geschäftsbericht der Auto Union AG für das Berichtsjahr 1936, S.1. Der Bericht befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Geschäftsberichte.

²⁰⁹ Zum amerikanischen Automobilbau siehe **Womack, James P., Daniel T. Jones und Daniel Roos**: Die zweite Revolution der Autoindustrie, Frankfurt/M und New York 1991.

Mittellandkanal“.²¹⁰ Im Sommer 1937 reiste Porsche in Begleitung von Werlin und Lafferentz nach Amerika und machte sich dort nicht nur eingehend mit den Produktionsmethoden vertraut, sondern warb auch 20 deutschstämmige Facharbeiter von Ford ab, um deren Know-how für den Aufbau der Produktion in Deutschland zu nutzen. Die DAF versuchte sogar, Maschinen und Anlagen für die Produktion in den USA zu erwerben. Dieses Unterfangen blieb allerdings nicht zuletzt aufgrund fehlender Devisen unverwirklicht.²¹¹ Beachtlich bleibt aber trotz allem, mit welcher Konsequenz und Zielstrebigkeit das Volkswagenwerk nach fordistischen Prinzipien konzipiert wurde.²¹² In der NS-Führung herrschte also kein platter Anti-Amerikanismus vor, sondern man schien durchaus gewillt zu sein, sich die Entwicklungen auf der anderen Seite des Atlantiks in mancherlei Hinsicht zum Vorbild zu nehmen. Vor allem die Produktionsmethoden und die technischen Fähigkeiten der Vereinigten Staaten übten eine große Faszination auf die Parteiführung aus und beflügelten ihren Machbarkeitsglauben und ihre Technikeuphorie.²¹³ Die Nationalsozialisten waren nicht per se gegen jede Form der Rationalisierung oder Automatisierung eingestellt, sondern versprachen sich von einer effizienteren Produktionsweise vor allem im Hinblick auf die Rüstungswirtschaft einen erheblichen Nutzen.²¹⁴

Als problematisch erwies sich dabei jedoch, dass die Einführung von Fließbandproduktion sowie die konsequente Durchführung von Akkordarbeit und standardisierten Abläufen oftmals eine Verschlechterung der Arbeitsbedingungen bedeutete. Ford entschädigte seine in der Regel ungelernten Arbeiter dafür mit überdurchschnittlich hohen Löhnen. Allerdings war dieser Weg in Deutschland durch den seit 1934 verhängten Lohnstopp versperrt. Die Kluft zwischen propagandistischem Anspruch, eine Verbesserung der Lebensbedingungen der Arbeiter durchzusetzen, einerseits und der realen Situation in den Fabriken in der Folge voranschreitender Rationalisierung andererseits, wurde durch die fortgesetzten Bemühungen von offizieller Seite für eine verbesserte Gestaltung des Arbeitsumfeldes nur ungenügend überdeckt. Die vom Amt „Schönheit der Arbeit“ koordinierten Kampagnen zur Aufbesserung

²¹⁰ Vgl.: Mommsen: Volkswagenwerk, S.155ff. Zur Vorgeschichte der Amerikanisierung und zu den Rationalisierungsdebatten der Weimarer Jahre siehe **Nolan, Mary:** Visions of Modernity. American Business and the Modernization of Germany, New York 1994.

²¹¹ Mommsen: Volkswagenwerk, S.165-176.

²¹² Die Aneignung des fordistischen Konzepts unter rassistischen Gesichtspunkten stellen dar **Becker, Frank und Elke Reinhardt-Becker (Hrsg.):** Mythos USA. Amerikanisierung in Deutschland seit 1900. Frankfurt/M 2006. Zur äußerst positiven Wahrnehmung von Henry Ford und seinem Werk durch die Nationalsozialisten siehe **Roth, Karl-Heinz:** Nazismus gleich Fordismus? Die deutsche Autoindustrie in den dreißiger Jahren, in: 1999. Zeitschrift für Sozialgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts, 1989, Bd.4, S.82-91.

²¹³ Dazu **Trommler, Frank:** Amerikas Rolle im Technikverständnis der Diktaturen, in: Wolfgang Emmerich und Carl Wege (Hrsg.): Der Technikdiskurs der Hitler-Stalin-Ära, Stuttgart und Weimar 1995, S.159-174.

²¹⁴ Zur Wirtschaftspolitik des Nationalsozialismus unter rüstungspolitischen Vorzeichen siehe **Overy, Richard J.:** War and Economy in the Third Reich, Oxford 1994.

des Arbeitsplatzes blieben auf äußerliche Aspekte beschränkt und griffen nicht in den Produktionsablauf ein. Aktionen wie „Sonne und Grün allen Schaffenden“ oder „Saubere Menschen im sauberen Betrieb“ beinhalteten lediglich die Gestaltung von Gärten oder die Einrichtung von Waschräumen und blieben ohne nachhaltigen Einfluss auf die Lebens- und Arbeitswelt des Personals in den Fabriken.²¹⁵ Im Fall der Automobilindustrie kam noch erschwerend hinzu, dass der Großserienproduktion der Ruf anhaftete, nur minderwertige Massenware hervorzubringen. Vor allem gegenüber der preiswerteren Konkurrenz aus den USA operierte die deutsche Industrie äußerst erfolgreich mit dem Image hochwertiger, in Handarbeit gefertigter Wagen.²¹⁶

Gegen diese relativ fest etablierte rationalisierungsskeptische Haltung versuchte der NS-Apparat im Rahmen der Autosymbolik ein alternatives Deutungsmuster zu etablieren, welches eine effizientere Produktion als Grundlage für eine breite Wohlstandspartizipation der Arbeiterschaft darstellte.²¹⁷ Hitler hatte von Anfang an betont, dass er die Verbreitung des Automobils dadurch ermöglichen wolle, dass die Anschaffungskosten gesenkt würden. Bereits bei seiner Ankündigung, einen Volkswagen zu schaffen, hatte er 1934 ausgeführt: *„Wenn wir wirklich die Kraftwagenbesitzer in Deutschland in die Millionenzahl steigern wollen, dann kann dies nur gelingen, wenn wir seinen Preis anpassen dem finanziellen Leistungsniveau der hierfür in Frage kommenden Millionenmasse der Käufer.“*²¹⁸ Die *„gezahlten Löhne und Gehälter“* seien daher, so Hitler, nicht entscheidend für den *„Lebensstandard der Nation“*. Wichtig sei die Steigerung der Gesamtmenge der zur Verfügung stehenden Güter und dies sei nur durch *„Produktionssteigerung“* zu erreichen. Der Weg dahin aber führe nur über Rationalisierungsmaßnahmen, denn *„die Verbesserung bestehender Produktionsmethoden ermöglicht bei gleich bleibender Produktion auf*

²¹⁵ **Friemert, Chup:** Produktionsästhetik im Faschismus. Das Amt „Schönheit der Arbeit“ 1933-1939, München 1980.

²¹⁶ Siehe dazu Kap. 2.2.2 der vorliegenden Arbeit.

²¹⁷ Zum Versuche der NS-Regierung, Wohlstandspartizipation durch Massenkonsum zu erreichen, siehe **König, Wolfgang:** Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. Volksprodukte im Dritten Reich. Vom Scheitern einer nationalsozialistischen Konsumgesellschaft, Paderborn 2004. Dass die Anfänge des Massentourismus als erster Schritt in die moderne Konsumgesellschaft zu werten sind, hat jüngst dargestellt: **Baranowski, Shelley:** Strength through Joy. Consumerism and Mass Tourism in the Third Reich, Cambridge 2004. Etwas zu weit in der Beurteilung der tatsächlichen Verwirklichung einer modernen Konsumgesellschaft im „Dritten Reich“ geht **Schäfer, Hans D.:** Das gesplante Bewusstsein. Deutsche Kultur und Lebenswirklichkeit 1933-1945, München und Wien 1983. Zur besonderen Bedeutung der Sozialpolitik für das NS-Regime und für die Wohlstandsmehrung durch Ausbeutung siehe **Aly, Götz:** Hitlers Volksstaat. Raub, Rassenkrieg und nationaler Sozialismus, Frankfurt/M 2005. Zur Rolle des Staates bei der Konsumlenkung siehe **Berghoff, Hartmut:** Enticement and Deprivation. The Regulation of Consumption in pre-war Nazi Germany, in: Martin Daunton und Matthew Hilton (Hrsg.): The Politics of Consumption. Material Culture and Citizenship in Europe and America, Oxford 2001.

²¹⁸ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, abgedruckt in der Broschüre: Vollgas Voraus! Drei Reden gehalten aus Anlass der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1934, S.12. Die Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

bestimmten Gebieten die Freigabe von Arbeitskräften für die Einleitung neuer Produktionsprozesse und damit für eine zusätzliche Lebensgüter- und Warenerzeugung.“²¹⁹

In seinen Eröffnungsreden ordnete Hitler das Volkswagenwerk explizit in den Kontext dieses politisch gewollten Rationalisierungstrends ein. *„In diesem Prozess der Erzeugung zusätzlicher Werte für unser nationales Leben fällt der deutschen Automobil- und Motorenindustrie eine gewaltige Aufgabe zu. Unter Anpassung an die Abstufungen unseres nationalen Volkseinkommens ist es auch die Aufgabe der Automobilindustrie, ihre Produktion so zu steigern, dass aus dem sich fortgesetzt erhöhenden nationalen Volkseinkommen eine gewisse jährlich wachsende Summe zum Kauf ihrer Produktionen angelegt werden kann. Und hier wird vor allem der deutsche Volkswagen eine gewaltige Aufgabe zu erfüllen haben.*“²²⁰

Diese positive Interpretation der Rationalisierung folgte dem Konstrukt eines spezifisch deutschen Wegs in die Moderne insofern, als hier die Dynamik der Modernisierung durch politische Rahmensetzungen in den Dienst des Gemeinwohls gestellt werden sollte. Eine Ausbeutung oder „Entfremdung“ des Arbeiters durch die forcierte Automation sei nicht zu befürchten, denn der *„nationalsozialistische Wirtschaftsgedanke“* verhindere die *„rücksichtslose Wahrnehmung eigener Interessen“* und stelle sicher, dass auch der Arbeiter von der Mehrung des nationalen Wohlstandes profitieren könne, führte Hitler auf der Automobilausstellung aus.²²¹ Der Nationalsozialismus habe nämlich eine Wirtschaftsordnung geschaffen, in der es keinen Widerspruch zwischen Arbeit und Kapital mehr gebe. Durch die Beteiligung der Arbeiter an den Früchten der Rationalisierung in Form niedrigerer Preise sei mit dem Volkswagenwerk ein Musterbeispiel für diese Neuordnung des Wirtschaftslebens geschaffen worden, so die offizielle Darstellung. Der *„Völkische Beobachter“* führte aus, hier entstünde *„unter Ausschaltung jedes einseitig bestimmten kapitalistischen Sondernutzens“* eine Fabrik, die den *„Gedanken des deutschen Sozialismus in seiner reinsten Form“* zum Ausdruck bringe.²²²

Ein Beitrag aus der *„Berliner Börsen-Zeitung“* zeigt, dass sich die Presse eng an der von der Regierung vorgegebenen Interpretation zur sozialen und wirtschaftspolitischen Bedeutung des Volkswagen-Projekts orientierte. *„Wenn man dieses große Werk so sieht, und anders kann und darf es nicht gesehen werden, dann wird man nicht in die Unmöglichkeit verfallen, es mit*

²¹⁹ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, abgedruckt in der Broschüre: Das deutsche Kraftfahrzeug Verkehrsmittel des ganzen Volkes. Vier Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1938, S.15. Die Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1938.

²²⁰ Ebd., S.16.

²²¹ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, die Rede ist abgedruckt in einer vom RDA herausgegebenen Broschüre, S.11f. Ein Exemplar dieser Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1936.

²²² Völkischer Beobachter vom 25. Februar 1938.

kapitalistischen Maßstäben messen zu wollen. Ein solcher Versuch muss von vornherein an solchen Maßstäben scheitern, weil sie nicht ausreichen zur Erfassung des Gesamtwerkes und seiner tragenden Ideen, die ausschließlich kompromisslos bestimmt sind vom nationalen Sozialismus. Dieses Werk ist zugleich ein unterrichtendes Beispiel dafür, wie aus eigenen Mitteln einem auf unzureichendem Lebensraum zusammengedrängten Volk bei äußerster und gemeinschaftlicher Kraftanstrengung und höchstgesteigertem Leistungswillen die Kaufkraft erhöht und damit der Lebensstandard erweitert wird – ohne Lohnbewegung.“²²³ Die „Deutsche Allgemeine Zeitung“ betonte ebenfalls die politische Wertbindung der Rationalisierung als größtes Verdienst des Volkswagenwerkes. „Da das Einkommen und Vermögen der einzelnen deutschen Menschen nicht schnell genug gesteigert werden kann, um die materielle Grundlage einer breiteren Motorisierung abzugeben, war es besonders notwendig, von der Kostenseite her den Ausgleich zu vollziehen und einen billigen Wagen zu produzieren, der mit einem Schlage eine zu diesem Preis kaufkräftige Schicht erschließt. Das ist der sozialistische Gehalt der Rationalisierung.“²²⁴ In der Berichterstattung über das Werk wurde immer wieder hervorgehoben, dass es hier um ein herausragendes Beispiel für den nationalsozialistischen Weg in die Moderne handle. Rationalisierung und Fließbandfertigung hätten im Zeitalter des Nationalsozialismus eine ganz andere Funktion und Bedeutung als in kapitalistischen Systemen. „Während man in der nordamerikanischen Massenerzeugung dazu neigt, ohne Rücksicht auf den arbeitenden Menschen, nur nach den Gesichtspunkten des Gewinnes vorzugehen, wollen wir in Deutschland die Maschine dem Menschen dienstbar machen und nicht den Menschen zum Sklaven der Maschine herabwürdigen.“²²⁵ Der Nationalsozialismus habe es erreicht, dass im Maschinenzeitalter die Maschinen zum Wohl der Gemeinschaft eingesetzt würden und nicht, wie bislang, lediglich zur Profitmaximierung privatwirtschaftlicher Kräfte. „Dass hier in Deutschland eine Organisation der Arbeiter, die freilich mit keiner der sonst üblichen Interessenvertretungen der Arbeiter zu vergleichen ist, eine Fabrik baut, die die größte Autofabrik der Welt ist, dass hier ein Großunternehmen in den Dienst eines ganzen Volkes gestellt wird, das ist das Neue und Richtungsweisende an

²²³ Die Taufe des KdF-Wagens, in: Berliner Börsen-Zeitung vom 27. Mai 1938.

²²⁴ Deutsche Allgemeine Zeitung vom 25. Februar 1938. Ähnlich auch die Berichterstattung in den Illustrierten. Siehe zum Beispiel: In jeder 4. Minute ein Kleinwagen! in: Berliner Illustrierte Zeitung, 1935, Bd.44, S.196f: „Die fortschreitende Motorisierung der deutschen Wirtschaft, die durch den Bau der Autobahnen und den Ausbau der Fernstraßen unaufhaltsam gefördert wird, ist nur durch eine planmäßig aufgebaute Massenproduktion von Automobilen möglich. Erst die rationelle Herstellung weniger, bewährter Modelle, am fließenden Band unter Verwendung hochwertiger Baustoffe und sorgfältig geschulter Arbeitskräfte gestattet es, einen allen Anforderungen des modernen Verkehrs gewachsenen, haltbaren, formschönen und mit allen Bequemlichkeiten ausgestatteten Wagen auf den Markt zu bringen, dessen Preiswürdigkeit immer neuen Schichten der Volksgemeinschaft die Anschaffung dieses Verkehrsmittels erlaubt.“ Zu diesem Text gehören noch mehrere Abbildungen, die Motive einer Fließbandproduktion in der Automobilindustrie zeigen.

²²⁵ Volkswagenwerk als Vorbild der Massenerzeugung, in: Hamburger Tageblatt vom 5. Juni 1941.

dieser Tat. [...] Die deutsche Volkswagenfabrik ist keine Nachahmung der Methoden Fords, sie ist etwas Erstmaliges, weil noch etwas anderes hinzukommt: Die Schaffung einer musterhaften Produktionsstätte, vom Menschen her gesehen. ‚Olympia der Arbeit‘ nannte es Minister Goebbels.“²²⁶ Das Volkswagenwerk wurde in der öffentlichen Wahrnehmung zum Symbol für eine politisch gelenkte Modernisierung, deren einstmals bedrohliche Dynamik angeblich durch eine klare Wertbindung in den Dienst der Nation gestellt worden war. *„Gehen wir den amerikanischen Weg“,* fragte der „Völkische Beobachter“ mit Blick auf die Fließbandfertigung im Volkswagenwerk. *„Wir haben ihn mit einem gewaltigen Sprung durchmessen, hinter uns gelassen. Wir gehen den deutschen Weg, den Weg Adolf Hitlers.“*²²⁷

Aber nicht nur das Werk, auch der Volkswagen selbst wurde zum Symbol für den nationalsozialistischen Weg in die Moderne. Der Wagen verdeutlichte in seiner konstruktiven Eigenart für viele den Einstellungswandel, der sich vorgeblich als Folge des Rationalisierungsprogramms vollzogen hatte. Um breite Schichten der Bevölkerung in den Genuss eines eigenen Wagens kommen zu lassen, habe der Nationalsozialismus das Auto gleichsam neu erfunden. So wie die politische Führung die Produktionsmethoden in der Automobilindustrie geändert habe, so habe sie auch das Auto selbst einem Wandel nach nationalsozialistischen Wertmaßstäben unterzogen. Porsche selbst schrieb über den Volkswagen, er sei eine *„Besinnung auf das Grundsätzliche“*. Um ihn zu konstruieren, habe er, *„wie es unsere großen Pioniere getan haben, das Automobil von Grund auf neu“* ausgedacht. *„Ich habe schon oft gesagt, dass es viel leichter ist, einen 1.000 PS-Rennwagen zu konstruieren. Denn hier spielen alle Imponderabilien, die beim Volkswagen so entscheidend sind, Materialfrage, Preisgestaltung und Wirtschaftlichkeit, keine oder nur eine geringe Rolle. Anders beim Volkswagen, der eben nicht nur vollkommen und schnell, sondern einfach in der Bedienung, anspruchslos in der Wartung, billig in der Preisfeststellung und wirtschaftlich in der Unterhaltung sein soll.“*²²⁸ Vermeidung von Unnötigem, Wegfall von jeglichem Luxus – diese Merkmale wurden in der Öffentlichkeit als positive Eigenschaften des Volkswagen hervorgehoben. Die „Allgemeine Automobil-Zeitung“ berichtete ausführlich über eine Probefahrt mit einem Prototyp des Volkswagen und kam zu dem Urteil, man habe es mit einem *„Wunderwerk“* zu tun. *„Obwohl nichts daran durch ein Wunder erzeugt und gestaltet wurde, sondern lediglich mit kühler, vernünftiger, alles unwesentliche beiseite lassender Überlegung geschaffen wurde.“*²²⁹ Es war die Funktionalität

²²⁶ Volkswagen-Sparaktion beginnt, in: Deutsche Bergwerkszeitung vom 2. August 1938.

²²⁷ Der Deutsche Weg zum Volkswagen, in: Völkischer Beobachter vom 18. Februar 1938.

²²⁸ Ferdinand Porsche: Der KdF-Wagen als konstruktive Aufgabe, in: Völkischer Beobachter vom 17. Februar 1939.

²²⁹ Allgemeine Automobil-Zeitung, 1938, Bd.39, S.1107f.

und Einfachheit des Volkswagens, die als richtungsweisende Neuerung im Fahrzeugbau dargestellt wurde. Eine Neuerung, die nur dank politischer Lenkung durchgesetzt worden war.

Das Individuelle und Aufwändige, das den teuren Wagen anzuhaften schien, geriet in den Ruch des Elitären und Überflüssigen. Leider habe die Automobilindustrie aus sich heraus kein Verständnis dafür entwickelt, dass der Kraftwagen ein „*Instrument der Allgemeinheit*“ werden müsse, so Hitler. Daher habe man sich auch zu sehr auf die Herstellung von „*Luxusfahrzeugen*“ konzentriert und „*kostspielige Spielzeuge*“ für die Oberschicht geschaffen, anstatt preislich günstige Gebrauchsobjekte zu entwickeln.²³⁰ Demgegenüber verhieß der Volkswagen die Gleichheit der „Volksgenossen“ – er war zwar einfacher und spartanischer als die teuren Wagen der Oberschicht, dafür aber würde jeder „Volksgenosse“ einen dieser preiswerten Wagen besitzen können und wäre damit dem ehemals exklusiven Kreis der Autobesitzer sozial gleichgestellt. In seiner Unkompliziertheit und Schlichtheit hatte der von Porsche entworfene Wagen etwas geradezu Volkstümliches. Der Volkswagen sei „*eine Maschine, die Charakter hat, mit der man nicht prahlt, sondern fährt, die nachts auf dem Parkplatz schläft und den Weg zur Arbeitsstelle ihres Besitzers auswendig weiß, die Sonntags ins Grüne rollt und von jedem Dorfschmied zu reparieren ist, die wie ein treuer Knecht durch den Heideweg klettert und nicht die geringsten Feinheiten hat [...] weil er ganz und gar zum Dienen geboren wurde, zum Maulhalten und Fahren, zum Frieren und Fahren, [...] zum Pflichterfüllen und zu der kleinen Freude für dich, Kamerad, und für mich.*“²³¹ Der Volkswagen war daher gerade keine minderwertige Massenware, so hatte es zumindest den Anschein, sondern eine revolutionäre Weiterentwicklung des Automobils. Er stand für die Fortschrittlichkeit des Einfachen. Und so wurde in der Presse die Nivellierung der Unterschiede als Demokratisierung gefeiert und die Einfachheit der Konstruktion als Besinnung auf das Wesentliche. Es könne nicht sein, „*dass jeder Autofahrer etwas Besonderes haben will*“, schrieb beispielsweise das „Berliner Tageblatt“. Notwendig sei eine „*Gleichmacherei, eine Uniformierung des deutschen Autos.*“²³² Beim Volkswagen, so der Tenor der Berichterstattung, folge die konstruktive Entwicklung den politischen Vorgaben. Die politisch gewollte Massenmotorisierung erfordere Einfachheit und Rationalisierung und eben deshalb habe sich die Definition von Fortschrittlichkeit an diesen Kriterien zu orientieren. Die Zeichen der Zeit hätten sich gewandelt und der Nationalsozialismus weise den Weg in die neue Zukunft auch auf technisch-konstruktivem Gebiet. „*Nach straffer*

²³⁰ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, die Rede ist abgedruckt in einer vom RDA herausgegebenen Broschüre, S.14f. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1936.

²³¹ ADAC-Motorwelt, 1934, Bd.31, H.11, S.4.

²³² Berliner Tageblatt vom 14. Februar 1936.

Zusammenfassung geht heute die unerbittliche Forderung, Zusammenfassung sowohl der konstruktiven Arbeit als auch der Fabrikation und des Verkaufs, denn jede Zersplitterung der Kräfte soll vermieden werden.“ So fasste die „Frankfurter Zeitung“ die Herausforderung an die deutsche Wirtschaft zusammen. „Die Zeit des rein individuellen Arbeitens ist damit zu Ende. Gewiss hat sie der deutschen Kraftfahrt auch manches Gute gebracht, und es war typisch für die Entwicklung, dass nahezu jedes Werk die besonders intensive und erfolgreiche Pflege einer der vielen Entwicklungsrichtungen für sich in Anspruch nehmen konnte [...]. Aber diese Vielfalt der Entwicklungsarbeit kann sich Deutschland zur Zeit nicht leisten, weil sie unwirtschaftlich wird mit dem Zeitpunkt, wo eine gewisse Entwicklung erzielt ist und wirklich umwälzende Konstruktionsfortschritte vorerst nicht mehr auftreten. Jetzt übernimmt uneingeschränkt das Verlangen nach höherer Produktion und nach Rationalisierung die Herrschaft.“²³³ In dieser Deutung lag der Volkswagen ganz auf der Linie, die von den Notwendigkeiten der Gegenwart vorgeblich diktiert wurde.

²³³ Sonderbeilage zur IAMA, in: Frankfurter Zeitung vom 17. Februar 1939.

2.2.2. Konstruktive Genialität „made in Germany“ – Wirtschaftlichkeit als Fortschrittsideal der Automobilindustrie

Nach der anfänglichen Aufbruchseuphorie und den lautstarken Beifallsbekundungen der Automobilbauer über die Motorisierungspolitik der neuen Reichsregierung traten im Verlauf der Zeit die unterschiedlichen Interessenlagen beider Akteursgruppen immer deutlicher zutage.²³⁴ Spätestens mit dem „Vierjahresplan“ von 1936 war klar geworden, dass die NS-Führung rüstungspolitisch und militärisch relevanten Aspekten eine Priorität gegenüber den Erfordernissen des Motorisierungsprogramms einräumte. Dies machte sich für die Automobilindustrie zunächst im Bereich der Rohstoffbeschaffung bemerkbar. Wichtige Rohstoffe wie Stahl oder Kautschuk, die auch für die Rüstungsindustrie von großer Bedeutung waren, wurden kontingentiert. Die Kontingentierung von Eisen ab Februar 1937 führte zu einem Rückgang der Zulassungszahlen um 3% und verschärfte das ohnehin schon existierende Missverhältnis von Angebot und Nachfrage weiter.²³⁵ Damit orientierte sich das Wachstum der Automobilindustrie seit Mitte der 30er-Jahre nicht mehr an der Nachfrage, sondern wurde zunehmend durch die Verknappung wichtiger Rohstoffe beschränkt. Immer häufiger musste in den Werken die gesamte Produktion ruhen, weil Kautschuk, Metall oder ähnliche Stoffe fehlten.²³⁶ Im Rahmen der staatlichen Autarkiepolitik mussten zudem immer mehr Rohstoffe durch synthetisch gewonnene Materialien ersetzt werden, um die Abhängigkeit des Deutschen Reichs von Importen zu verringern.²³⁷ Die synthetischen Rohstoffe wirkten sich allerdings teilweise negativ auf die internationale Konkurrenzfähigkeit deutscher Fahrzeuge aus, auch wenn man seitens der Industrie bemüht war, die Fortschrittlichkeit der neuen Materialien, wie etwa Aluminium, anzupreisen.²³⁸

Mit dem Ausbruch des Krieges wurden die politischen Einschränkungen des unternehmerischen Gestaltungsspielraums noch gravierender. In der Automobilindustrie erreichte die staatliche Wirtschaftslenkung ihren Höhepunkt mit der Vorgabe, die Zahl der Fahrzeugtypen zu reduzieren und weitreichende Normierungsanforderungen umzusetzen. Im Zuge der militärischen Aktionen bei der Besetzung Österreichs und des Sudetenlandes im

²³⁴ Für einen Überblick zum Forschungsstand siehe **Turner, Henry A.:** Unternehmen unter dem Hakenkreuz, in: Lothar Gall und Manfred Pohl (Hrsg.): Unternehmen im Nationalsozialismus, München 1998, S.15-23.

²³⁵ Die Zahlen stammen aus: Edelmann: Luxusgut, S.208f.

²³⁶ Ebd., S.193-197.

²³⁷ Siehe **Carr, William:** Arms, Autarky and Aggression, 2. Auflage, London 1979. Zum „Vierjahresplan“ vgl. **Petzina, Heinz D.:** Der nationalsozialistische Vierjahresplan von 1936. Entstehung, Verlauf, Wirkungen, Diss., Mannheim 1965.

²³⁸ Siehe zum Beispiel: Fortschritt durch neue Werkstoffe, in: Amtlicher Führer zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1939, hg. vom RDA, S.33-39. Ein Exemplar des Ausstellungskatalogs befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Ausstellungen, Berlin 1939.

Jahre 1938 hatte sich vor allem die Vielzahl unterschiedlicher Fahrzeugtypen im Fuhrpark der Wehrmacht als Problem erwiesen.²³⁹ Im November desselben Jahres reagierte Göring daher und ernannte am 15. des Monats im Rahmen der Durchführung des „Vierjahresplans“ Oberst von Schell zum Generalbevollmächtigten für das Kraftfahrzeugwesen. Die Herstellung von Kraftfahrzeugen aller Art unterlag fortan der Genehmigung durch den Generalbevollmächtigten. Schell drängte schon bald auf eine Rationalisierung im Sinne der Aufteilung der Produktsegmente zwischen den Werken bei gleichzeitiger Spezialisierung der Hersteller auf einige wenige Typen. Für die insgesamt 13 Pkw-Hersteller in Deutschland bedeutete dies konkret, dass sie zusammen nur noch 31 Haupttypen herstellen durften. Während des Krieges wurde die Typenreduktion immer weiter getrieben, so dass bis 1942 nur noch fünf Pkw-Modelle gefertigt wurden, die zudem nahezu ausschließlich für den Export bestimmt waren.²⁴⁰ De facto kam die zivile Fahrzeugproduktion für den einheimischen Markt damit zum Erliegen.

Entgegen allem propagandistischen Getöse von der nationalen Verantwortung der Automobilindustrie waren die Hersteller allerdings keineswegs dazu bereit, wie von Hitler gefordert, ihre unternehmerischen Ziele hintanzustellen und ihr Handeln einzig an den politisch definierten Interessen der Volksgemeinschaft auszurichten. Zwar hatte die Industrie kaum Möglichkeiten, sich gegen die direkte staatliche Wirtschaftslenkung zur Wehr zu setzen, Unstimmigkeiten zwischen Vertretern der Autolobby und der Regierung in Fragen der Preisgestaltung offenbarten aber, dass die Autolobby durchaus versuchte, wo möglich einen Eigennutz durchzusetzen. Während die Regierung die zivile Motorisierung primär durch Senkung der Anschaffungskosten fördern wollte und daher auf Rationalisierungsmaßnahmen und eine allgemeine Verbilligung drängte, argumentierte die Automobilindustrie, dass vor allem die Haltungskosten gesenkt werden müssten, um einen Erfolg der Motorisierung zu gewährleisten und stellte sich somit explizit gegen die Pläne der Reichskanzlei. Die von der Reichsregierung erhobene Forderung, Rationalisierungsgewinne sofort in Form von Preissenkungen an den Verbraucher weiterzugeben, widersprach angesichts voller Auftragsbücher dank boomender Nachfrage und gleichzeitig hoher Investitionskosten in neue Maschinen jeder betriebswirtschaftlichen Logik. Der Geschäftsführer des RDA brachte die

²³⁹ Allein an Lastwagen unterhielt die Wehrmacht 111 unterschiedliche Fabrikate. Dies erschwerte die Ersatzteilbeschaffung und -bereitstellung erheblich. Zudem entsprachen die Fabrikate nicht immer den Anforderungen und Wünschen der Militärs, so dass teilweise sogar, wie zum Beispiel bei der Befestigung des Westwalls, auf amerikanische Erzeugnisse zurückgegriffen werden musste. Für eine knappe Darstellung siehe: Edelmann: Luxusgut, S.200ff.

²⁴⁰ Ebd., S.215. Zur Umstellung auf Kriegswirtschaft und zur staatlichen Kontrolle der Wirtschaft seit 1939 siehe **Herbst, Ludwig**: Der Totale Krieg und die Ordnung der Wirtschaft. Die Kriegswirtschaft im Spannungsfeld von Politik, Ideologie und Propaganda 1939-1945, Stuttgart 1982.

Haltung der Autoindustrie in seiner Ansprache beim Presseempfang zum IAMA am 12. Februar 1935 zum Ausdruck.²⁴¹ Der Aufschwung der Automobilbranche seit 1933 habe an die *„Finanzkraft der Firmen ungeheure Ansprüche gestellt“*. Und weiter, *„stärkste Investitionen“* seien erforderlich gewesen, die *„unvergleichlich viel stärkere Ausnützung der Anlagen“* habe zu erhöhten Abschreibungen gezwungen und schließlich habe man eine große Zahl von Facharbeitern rekrutieren und ausbilden müssen. *„Wirtschaftliche Überlegungen der Art, wie ich sie Ihnen vortrug“*, fasste Scholz zusammen, *„sind am ehesten dazu geeignet, jene Meinungen richtig zu stellen, die auf Grund der überaus befriedigenden Beschäftigungslage im deutschen Kraftfahrzeugbau eine einschneidende Preissenkung seitens der Automobilfabriken verlangen.“*

Die Meinungsverschiedenheiten staatlicher und wirtschaftlicher Akteure im Hinblick auf die zukünftige Motorisierungsstrategie erreichten mit der Blockadehaltung der Automobilindustrie beim Volkswagenprojekt der Reichskanzlei einen Höhepunkt. Wie dargestellt, hatten sich die Spitzen der deutschen Automobilindustrie geweigert, an einem Gemeinschaftsprojekt der Kfz-Industrie zur Herstellung des geplanten Volkswagens zu beteiligen, weil dies ihren Profitinteressen zuwider gelaufen wäre. Doch es waren nicht nur rein finanzielle Erwägungen gewesen, welche die ablehnende Haltung der Kfz-Branche geprägt hatten. Die von Ley und Porsche geplante Standardisierung und Automatisierung des gesamten Fertigungsprozesses stand in deutlichem Widerspruch zu den Produktionsmethoden der deutschen Autoindustrie in den 30er-Jahren.²⁴² Noch bis weit in die 20er-Jahre hinein war die Fertigung deutscher Hersteller stark handwerklich geprägt gewesen. Der Kraftwagen war zumeist ein Luxusgegenstand und es fehlte die Nachfrage für kostengünstige Massenware. Im Gegenteil, die Käufer verlangten in der Regel handgefertigte hochwertige Ware. Hinzu kam, dass Lohnarbeit in Deutschland verhältnismäßig billig war und einen hohen Grad an Flexibilität beim Fertigungsprozess garantierte. Die Hersteller konnten so nicht nur schnell auf Veränderungen am Markt reagieren, sie konnten auch die Sonderwünsche ihrer Kunden befriedigen und sich durch ein hohes Maß individueller Gestaltung von den Konkurrenten differenzieren. Erst durch den wachsenden Druck amerikanischer Importe war die deutsche Autoindustrie gezwungen worden, ihre Produktivität zu erhöhen, um mit den Preisen der US-

²⁴¹ Rede des Geschäftsführers des RDA Scholz anlässlich des Presseempfangs im „Kaiserhof“ am 12. Februar 1935, S.3f. Eine Abschrift des Manuskripts befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Kessel, Messen und Ausstellungen.

²⁴² Zur Frage der Produktionsstruktur in der deutschen Automobilindustrie siehe **Tessner, Magnus:** Die deutsche Automobilindustrie im Strukturwandel von 1919 bis 1938, Köln 1994; sowie **Stahlmann, Michael:** Die erste Revolution in der Autoindustrie. Management und Arbeitspolitik 1900-1940, Frankfurt/M 1993. Einen konzisen Überblick gibt **Kugler, Anette:** Von der Werkstatt zum Fließband. Etappen der frühen Automobilproduktion, in: Geschichte und Gesellschaft, 1987, Bd.13, S.304-339.

Hersteller mithalten zu können, die durch Automatisierung, Normierung und Großserienfertigung deutlich niedrigere Stückkosten hatten. Damit vollzog die deutsche Automobilindustrie zumindest teilweise einen Prozess der Amerikanisierung, wie auch zahlreiche andere Wirtschaftszweige in dieser Zeit.²⁴³ Allerdings teilte die Kfz-Branche nicht die Euphorie, mit der Teile der Gesellschaft, nicht zuletzt auch der Arbeiterschaft, Fords Fließband und Taylors Organisationsprinzipien begrüßten, in denen sie die Möglichkeit einer Revolution der Arbeitsbedingungen und Konsummöglichkeiten erblickten. Eine weitgehend automatisierte Fließbandproduktion fand sich nur in den Opel-Werken in Rüsselsheim, die seit 1929 im Besitz der amerikanischen General-Motors-Corporation waren. Bei vielen anderen Herstellern war die Kapitaldecke zu dünn, um aufwändige Produktionsstraßen finanzieren zu können, und oftmals ließen die niedrigen Absatzzahlen eine Großserienfertigung gar nicht erst zu. Als die Nachfrage bedingt durch die Weltwirtschaftskrise zurückging, bedeutete dies das vorläufige Ende der Rationalisierungsbemühungen in der deutschen Automobilindustrie.²⁴⁴

Gegenüber der hochgradig rationalisierten Produktionsweise der amerikanischen Automobilindustrie versuchten die deutschen Hersteller während der 20er- und 30er-Jahre ein Bild konstruktiver Fortschrittlichkeit zu behaupten, das eine behauptete technische Gediegenheit und handwerkliche Solidität mit dem Image billiger Massenware aus Großserienfertigungen kontrastierte. In der oben zitierten Rede führte Scholz in seiner Funktion als Geschäftsführer des RDA stellvertretend die Position der Autoindustrie aus. *„Wir sind uns bewusst, dass wir die technische Entwicklung des modernen Kraftfahrzeugs zu einem Höchststand gebracht haben. Es war der einzige Weg, den die deutsche Automobilindustrie gehen konnte bei der ungeheuren Konkurrenz, die in dem hohen Stand und in der Massenproduktion der amerikanischen Fertigung liegt. Dieser Massenproduktion und der in ihr liegenden Starrheit müssen wir die Elastizität unserer Werke, dieser Massenfertigung die konstruktive und qualitative Höchstleistung eines individuellen Betriebes entgegensetzen.“*²⁴⁵ Hochwertigkeit und technologische Ausgereiftheit als Antwort auf Rationalisierung und Massenfertigung: Wie in einem Kampf David gegen Goliath wollte Scholz die Beweglichkeit und Einzigartigkeit deutscher Werke gegen eine unterstellte

²⁴³ Zu den Amerikanisierungs- und Rationalisierungsdebatten in der deutschen Wirtschaft siehe **Nolan, Mary**: Visions of Modernity. American Business and the Modernization of Germany, New York 1994. Speziell zur Autoindustrie siehe **Flik, Reiner**: Von Ford lernen? Automobilbau und Motorisierung in Deutschland bis 1933, Köln 2001.

²⁴⁴ Zur stecken gebliebenen Rationalisierung in der deutschen Automobilindustrie siehe **Blaich, Fritz**: Die „Fehlrationalisierung“ in der deutschen Automobilindustrie 1924-1929, in: Tradition, 1973, Bd.18, S.13-33. Siehe zudem **Flik, Reiner**: Automobilindustrie und Motorisierung in Deutschland bis 1939, in: Rudolf Boch (Hrsg.): Geschichte und Zukunft der deutschen Automobilindustrie, Stuttgart 2001, S.49-84.

²⁴⁵ Wie Anm. 241, S.2.

Einfallslosigkeit und Monotonie amerikanischer Volumenhersteller ausspielen. Auch in der öffentlichen Wahrnehmung war das Bild vom qualitativ und konstruktiv hochwertigen deutschen Automobil weit verbreitet. Die „Allgemeine Automobil-Zeitung“, das offizielle Organ des AvD, betonte, die deutsche Art des Autobaues sei keine *„rein auf Produktion eingestellte Schule“*. Es gehe in Deutschland nicht *„ausschließlich“* um die Frage der *„billigsten Herstellung“*. Im Vordergrund stehe vielmehr der *„wissenschaftlich-technische Charakter“* der deutschen Fertigung, gekennzeichnet durch die *„gründliche Behandlung von Forschungsergebnissen“*. Der Deutsche erlaube sich bei seinen Autos auch keine technische Spielerei, *„es ist handfeste Ware ohne die manchmal zarte Leichtfüßigkeit französischer Bauarten.“*²⁴⁶ Andere Zeitschriften, wie etwa die „Motor Schau“, schlossen sich dieser Deutung an. Das deutsche Automobil sei eben ein Produkt deutscher Wertarbeit und die unterscheide sich von Massenware vor allem durch die Gründlichkeit der Herstellung und die dadurch erreichte Präzision des Produkts. Einheimische Hersteller würden deutlich mehr Gewicht auf die konstruktiven Aspekte legen und deutlich weniger die Erfordernisse der Produktion in den Vordergrund stellen, wie dies in Amerika üblich sei. Der deutsche Automobilbauer sei daher *„im Gegensatz zum amerikanischen niemals in erster Linie nur Massenfabrikant, sondern stets Konstrukteur“*.²⁴⁷

Die Argumentationsfigur eines gewollten Primats der konstruktiven Arbeit gegenüber einer möglichst kostengünstigen Produktion war die Linie, entlang derer auch die einzelnen Hersteller ihre Selbstdarstellung entfalteten. In den Katalogen und Werbeprospekten der Automobilfirmen war die Rede von *„schöpferischem Ingenieursgeist“*, *„sorgfältiger Werkmannsarbeit“* und *„höchster Qualität“*.²⁴⁸ Die Auto Union pries die *„überlieferte Qualität und technische Vollkommenheit“* ihrer Fahrzeuge, denn man wisse, *„dass nur das Unternehmen bestehen kann, welches im Rufe höchster deutscher Qualitätsarbeit steht.“*²⁴⁹ Ähnlich bei Daimler-Benz, einer Marke, die laut Prospekt *„seit Jahrzehnten den Inbegriff für Güte des Materials und Fortschrittlichkeit der Konstruktion darstellt. Mercedes-Benz Wagen haben in Deutschland, ja vor der ganzen Welt den Ruf besonderer Qualität erhärtet.“*²⁵⁰ Die Firmenpräsentationen hoben vor allem auf technische Innovationskraft und Qualitätsarbeit bis

²⁴⁶ Allgemeine Automobil-Zeitung, 1933, Bd.34, H.9, S.3.

²⁴⁷ Motor Schau, 1941, Bd.5, S.446.

²⁴⁸ Die Zitate stammen aus einem Text vom Mercedes-Benz Presse-Informationsdienst für die Pressemappe zur IAMA 1934. Ein Exemplar der Mappe befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

²⁴⁹ Ansprache von Klaus Detlef von Oertzen, Vorstandsmitglied der Auto Union, anlässlich eines Presseempfangs zur IAMA am 11. Februar 1935. Das Manuskript der Rede befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Signatur C.3.2.

²⁵⁰ Werbeprospekt der Firma Daimler-Benz, hergestellt für die IAMA 1934. Der Prospekt war Teil der Pressemappe, wie Anm. 248.

ins letzte Detail ab und priesen die eigenen Produkte eher als wertvolle Liebhaberstücke denn als Gebrauchsgegenstände an. Die Erfolge deutscher Rennwagen sollten genau dieses Bild der deutschen Automobilindustrie als „Edelschmiede“ untermauern.²⁵¹ Im Verständnis der Industrie galten die Rennwagen als Symbole des Fortschritts, da sie dank modernster Technik die Grenzen des Machbaren immer weiter hinausschoben. Demgegenüber musste das Fortschrittskonzept, welches dem Volkswagen anhaftete, wenig überzeugend anmuten, vermochte er doch in seiner Schlichtheit keine technischen Akzente zu setzen. Fortschritt hatte hier etwas Elitäres, denn nur das Neue, die geniale Erfindung, die aus der Masse des Bekannten herausragte, konnte wegweisend sein. Neue Ideen seien die *„Sonnenaufgänge des technischen Jahres“*, befand ein Ingenieur in einem Beitrag für die Zeitschrift „Motor-Kritik“.²⁵² *„Dem Fortschritt zu dienen erfordert ebenso Ideale als den Fortschritt zu schaffen und die Schöpfer und Diener sind nicht dort immer gern gesehen, wo der rechnende Kaufmann nur die Steigerung des Überschusses einer laufenden Produktion im Auge hat, ohne zu bedenken, dass nur die rechtzeitige Vorbereitung besserer und vollendeterer Ware überhaupt die Gewähr für fernere, aufsteigende Entwicklung verbürgt.“* Der schlichte und uninspirierte Kaufmann war hier der Feind eines erhabenen und edlen Ingenieurs, der dem Ideal des Fortschritts verpflichtet war. Und weil Fortschritt bedeute, sich von einer niederen auf eine höhere Stufe zu entwickeln, sei *„der größte Feind des Fortschritts nicht der Irrtum, sondern das träge Beharrungsvermögen“*, schloss der Artikel.

Diese Auffassung, nach der technische Weiterentwicklung das entscheidende Kriterium für Fortschrittlichkeit darstellte, geriet etwa ab 1934 von zwei Seiten her unter Druck. Zum einen sah man sich seitens der Automobilindustrie in zunehmendem Maße mit dem politisch geprägten Fortschrittsbegriff konfrontiert, der vehement den einfachen, aber billigen Wagen propagierte. In dem Maße, in dem die Breitenmotorisierung als gesellschaftlicher Fortschritt gedeutet wurde, drohte ein eher elitärer Fortschrittsbegriff, der auf konstruktive Innovation abhob, den Anschluss an die soziale Dynamik der Motorisierung zu verlieren. Zum anderen endete etwa zu diesem Zeitpunkt eine Phase revolutionärer Neuerung im Fahrwerks- und Motorenbau, die zu großen Teilen von der deutschen Automobilindustrie geprägt worden war. Zu nennen sind hier unter anderem die richtungsweisenden Kompressor- und Dieselmotoren

²⁵¹ Siehe zum Beispiel einen internen Aktenvermerk der Abteilung Ausstellungen an Daimler-Benz-Direktor Kissel vom 19. November 1937, in dem es um die Bedeutung der ausgestellten Rennwagen geht. Der Durchschlag des Schreibens befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Kissel, Messen und Ausstellungen.

²⁵² Motor-Kritik, 1937, Bd.17, H.1, S.20f.

von Daimler-Benz oder die Vollschiwingachse.²⁵³ Die neu entwickelte Produktgeneration sollte nun in großen Stückzahlen verkauft werden, bevor weitere technische Neuerungen auch diese Produkte wieder veraltet erscheinen lassen würden. Damit stand für die meisten Hersteller aber fest, dass in den folgenden Jahren nur geringfügige Änderungen an den Modellen vorgenommen werden sollten, um größere Produktionsumstellungen zu vermeiden.²⁵⁴ Mit einer solchen Modellpolitik lief man allerdings Gefahr, ein auf technische Neuheiten fixiertes Publikum zu enttäuschen. Schließlich wollte niemand auf einer Autoausstellung Jahr für Jahr dieselben Modelle sehen.

Beide Faktoren, der politische Druck und die Phase konstruktiver Stagnation beschleunigten einen Wandel des Fortschrittsbegriffs in der Automobilindustrie. Ab Mitte der 30er-Jahre wurde Wirtschaftlichkeit zu einem zentralen Kriterium für Fortschrittlichkeit. Richard Bruhn, Vorstandsmitglied der Auto Union, ermahnte in einer Presseansprache 1936 die anwesenden Journalisten, „mehr als bisher neben der Sensations-Berichterstattung über neue Modelle auch die wirtschaftlichen Gesichtspunkte“ der Fahrzeuge zu betonen.²⁵⁵ Im selben Jahr erschien im offiziellen Ausstellungskatalog zur IAMA ein Artikel mit dem Titel „Technischer Fortschritt im deutschen Kraftfahrzeugbau“.²⁵⁶ Darin hieß es: „Im Vordergrund des technischen Fortschritts und damit zugleich zukunftsweisend für die weitere Vervollkommnung steht das Streben nach immer größerer Wirtschaftlichkeit.“ Gemeint war damit zunächst vor allem, dass das Fahrzeug „sparsam im Verbrauch“ sein müsse. Ein möglichst niedriger Treibstoffverbrauch werde in erster Linie durch Reduktion des Fahrzeuggewichts erzielt. Dies könne durch den Einsatz neuer Materialien und durch Verwendung einer selbsttragenden Karosserie geschehen. Eine „Stromlinienform“ könne darüber hinaus helfen, den Luftwiderstand zu verringern. Fortschritt blieb zwar auch in dem Beitrag des Ausstellungskatalogs ganz auf konstruktive Neuerungen bezogen, die

²⁵³ Zu den hier genannten Neuerungen im Automobilbau siehe **Roediger, Wolfgang**: Hundert Jahre Automobil, 3. Auflage, Leipzig / Jena und Berlin 1990, S.95-108. Für einen allgemeinen Überblick siehe zudem **Seherr-Thoss, Hans-Christoph Graf von**: Die deutsche Automobilindustrie. Eine Dokumentation von 1886 bis heute, Stuttgart 1974.

²⁵⁴ So führte RDA Geschäftsführer Scholz in seiner Rede anlässlich des Presseempfangs zur IAMA 1935 aus: „Wir bitten Sie, meine Damen und Herren von der Presse, Verständnis dafür zu haben, dass manche Dinge der deutschen Motorisierung, die auf nervöser Neugierde des Publikums und technischem Sensationsbedürfnis aufgebaut waren, ein Ende haben müssen, dass wir vielmehr ein ständiges organisches Wachstum brauchen, das gerade auf unserem Gebiet das sicherste Zeichen der Gesundheit und des ständigen Gedeihens ist.“ Wie Anm. 241, S.2.

²⁵⁵ Ansprache beim Presseempfang der Auto Union am 12. Februar 1936, gehalten von Richard Bruhn, Vorstandsmitglied der Auto Union, S.1. Ein Abdruck der Rede findet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Ausstellungen, Berlin 1936.

²⁵⁶ Der technische Fortschritt im deutschen Kraftfahrzeugbau, in: Amtlicher Führer zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1936, hg. vom RDA, S.13-15. Ein Exemplar des Ausstellungskatalogs befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1936.

Stoßrichtung hatte sich aber insofern verändert, als nun nicht mehr ausschließlich Leistungsoptimierung als erstrebenswert galt, sondern der Einsparung von Ressourcen ebenfalls ein hoher Stellenwert eingeräumt wurde. So pries Daimler-Benz seine Wagen auf der Wiener Frühjahrsmesse mit der Charakterisierung an, sie seien „*anspruchslos*“ und „*dauerhaft*“. Man habe in erster Linie „*die Gebote der Wirtschaftlichkeit, der Sparsamkeit an Brennstoff und an Ersatzteilen und der Zweckmäßigkeit in Bezug auf die Wartung*“ bei der „*praktischen Ausgestaltung*“ der Modelle berücksichtigt. Dadurch sei es gelungen, den „*sparsamen und leistungsfähigen Kraftwagen*“ zu schaffen.²⁵⁷ Gerade der Zweiklang von Sparsamkeit und Leistung deutet die Akzentverschiebung an, die neben Faktoren wie Höchstgeschwindigkeit und Pferdestärken auch die Wirtschaftlichkeit als wünschenswerte Eigenschaft eines Automobils betonte.

Die gedankliche Verknüpfung von Wirtschaftlichkeit und Fortschritt, die von der Industrie am Automobil vollzogen wurde, hatte für die Hersteller zwei entscheidende Vorteile gegenüber dem Fortschrittsideal der Einfachheit. Zunächst rückte dadurch die gesamte Frage der Haltungskosten ins Zentrum der Aufmerksamkeit. Das war ein wirksames Mittel, um von der Diskussion um die Preisgestaltung der Automobilindustrie abzulenken, während es der Industrie gleichzeitig die Möglichkeit gab, die Schaffung sparsamer Modelle als Beitrag für die Breitenmotorisierung darzustellen. Ein Fahrzeug mit niedrigem Treibstoffverbrauch, so das Argument, mache das Automobil vor allem für jene Bevölkerungskreise erschwinglich, die keine hohen Unterhaltskosten aus dem laufenden Haushaltseinkommen bestreiten könnten. Darüber hinaus bot der Wirtschaftlichkeits-Topos aber auch Gelegenheit, die Stagnation auf konstruktivem Gebiet zu einer „wertbeständigen Modellpolitik“ umzudeuten. Wirtschaftlichkeit wurde nämlich nicht nur mit Sparsamkeit übersetzt, sondern konnte im Kontext der Fortschrittsdeutung auch gleichbedeutend sein mit Haltbarkeit oder Dauerhaftigkeit. Das wirtschaftliche Auto war demnach gekennzeichnet durch eine lange Lebensdauer und einen hohen Wiederverkaufswert. Um dies zu erreichen, würde man bestehende Modelle kontinuierlich verbessern und verfeinern, so RDA-Präsident Allmers. Daher gebe es auch „*zur Zeit keine grundlegenden Neukonstruktionen, sondern immer nur Weiterentwicklungen und Vervollkommnungen in Einzelheiten, die aber meist nicht von außen sichtbar sind. Dass wir es jedoch in kurzer Zeit erreicht haben, dass auf den Reichsautobahnen die Wagen jetzt ein 100-Kilometer-Tempo stundenlang ohne Motorschäden*

²⁵⁷ Text vom Mercedes-Benz Presse-Informationsdienst in der Pressemappe für die Wiener Frühjahrsmesse 1941, S.2. Eine Pressemappe befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Wien 1941.

*durchhalten, das ist ein Fortschritt, wichtiger als alle Neukonstruktionen.*²⁵⁸ Dadurch werde nicht nur die Qualität und Lebensdauer der Fahrzeuge ständig erhöht, es werde auch verhindert, dass durch häufige Modellwechsel die jeweils älteren Fabrikate als überholt gelten und im Wert sinken würden. Wer ein deutsches Automobil erwerbe, der könne sicher sein, auch nach Jahren noch ein Fahrzeug zu besitzen, das modern sei und nicht von Nachfolgemodellen bereits überholt. Die Zurückhaltung der deutschen Autoindustrie bei der Umsetzung technischer Neuerungen wurde somit als Erhaltung bereits geschaffener Werte dargestellt. Es ging darum, gleichsam eine Inflation des technischen Fortschritts durch maßvolle Entwicklungsarbeit zu verhindern. *„Wir schätzen allen technischen Fortschritt und wollen alle Entwicklung mitmachen“*, schrieb die *„ADAC-Motorwelt“*. *„Was wir aber brauchen, das sind wertbeständige Kraftwagen, die nicht alljährlich erneuert werden müssen [...] denn der Deutsche ist nun einmal dafür, lieber solid als billig – und lieber konservativ als riskant zu kaufen.*²⁵⁹

Im Verlauf der 30er-Jahre gelang es den Automobilherstellern, den deutschen Wagen in der öffentlichen Wahrnehmung zumindest teilweise mit dem Attribut wirtschaftlich aufzuladen und diese Eigenschaft als fortschrittlich darzustellen. Somit konnte ein konkurrierendes Fortschrittsnarrativ etabliert werden, das von der staatlich propagierten Einfachheit als zentraler Fortschrittskategorie abwich. Der Erfolg dieses alternativen Deutungsmusters wurzelte vor allem in dessen Einbettung in das gesellschaftspolitisch fest etablierte historische Motiv eines deutschen Sonderwegs.²⁶⁰ Dadurch wurde es gedanklich anschlussfähig an weithin bekannte und akzeptierte Deutungsbestände und Sinnzusammenhänge. Im offiziellen Ausstellungsführer der IAMA 1939, der vom RDA herausgegeben wurde, erschien ein längerer redaktioneller Beitrag mit dem Titel *„Die Entwicklung im deutschen Personenwagenbau“*, der den gedanklichen Zusammenhang von nationaler Geschichte und konstruktiver Entwicklung im Automobilbau reflektierte.²⁶¹ Darin wurde geschildert, wie die deutsche Automobilindustrie nach dem Weltkrieg zusehends den Anschluss an das internationale Niveau verlor, bis schließlich *„im Jahre 1925 die konstruktive Überlegenheit*

²⁵⁸ Eröffnungsrede von RDA Präsident Allmers, abgedruckt in der Broschüre: Das deutsche Kraftfahrzeug Verkehrsmittel des ganzen Volkes. Vier Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1938, S.3f. Die Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1938.

²⁵⁹ ADAC-Motorwelt, 1936, Bd.33, H.3, S.10.

²⁶⁰ Zur Gegenüberstellung von deutscher und westeuropäischer Entwicklung und Tradition und zu der Bedeutung einer Unterscheidung von Kultur versus Zivilisation oder Gemeinschaft versus Gesellschaft für das nationale Selbstbild in Deutschland siehe **Verhey, Jeffrey:** Der „Geist von 1914“ und die Erfindung der Volksgemeinschaft, Hamburg 2000.

²⁶¹ Die Entwicklung im deutschen Personenwagenbau, in: Amtlicher Führer zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1939, hg. vom RDA, S.25-31. Ein Exemplar des Ausstellungskatalogs befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Ausstellungen, Berlin 1939.

des Auslandes übermächtig war und auch der ausgesprochen national denkende Deutsche den Auslandswagen dem deutschen Erzeugnis vorzog.“ In dieser Situation hätten „vorausschauende Techniker“ erkannt, „dass der Kraftwagen grundsätzlich erneuerungsbedürftig sei.“²⁶² Im Sinne eines Überholens ohne einzuholen sei konstruktiv absolutes „Neuland“ betreten worden und die Ingenieure „bauten versuchsweise Wagen nach vollkommen neuen Erkenntnissen und neuen Gesichtspunkten.“ Kennzeichnend für diese von Deutschland ausgehende Neuausrichtung im Fahrzeugbau sei gewesen, „dass während bis dahin die Frage der Leistung und der Betriebszuverlässigkeit in den Vordergrund gestellt wurde, nunmehr die Faktoren Fahrsicherheit und Wirtschaftlichkeit als die wichtigeren erkannt wurden.“ Dabei habe man sich von der Einsicht leiten lassen, dass Deutschland damals ein armes Land gewesen sei, ohne eigene Treibstoffressourcen. Daher habe man „im Gegensatz zu den Bestrebungen im Ausland bewusst [...] den wirtschaftlich kleinen Motor“ konstruiert.²⁶³ In dem Artikel wurde also der Gedanke der Wirtschaftlichkeit im Fahrzeugbau aus der besonderen historischen Situation Deutschlands hergeleitet. Eine konstruktive Tradition, die eng mit der nationalen Geschichte verwoben war: Man sei aufgrund der Rahmenbedingungen gezwungen gewesen, wirtschaftliche Autos zu bauen, denn Not und Knappheit der Nachkriegsjahre hätten große und luxuriöse Autos nicht zugelassen. Dabei habe der deutsche Ingenieur den strukturellen Nachteil der „geringen Rohstoffvorkommen“ durch die „Überlegenheit des Arbeitsgeistes“ kompensiert.

Dieses Narrativ vom deutschen Genius, der selbst widrigsten Situationen einen Sieg abzutrotzen vermag, passte in gängige nationale Klischees und wurde von der Presse sofort aufgegriffen und multipliziert. Stephan von Szénásy, einer der einflussreichsten und renommiertesten Motorjournalisten seiner Zeit, setzte sich in einem langen und grundlegenden Artikel mit den nationalen Unterschieden im Automobilbau auseinander.²⁶⁴ Der Beitrag mit dem Titel „Auto-Bilanz 1935“, der in der „Motor-Kritik“ erschien, ist in diesem Zusammenhang insofern von besonderem Interesse, als er über die weit verbreiteten klischeehaften Darstellungen des „deutschen Wagens“ deutlich hinausging, in dem Bestreben, die behauptete Andersartigkeit deutscher Autos rein sachlich zu behandeln und auf technisch-konstruktiver Ebene aufzuzeigen. Von Szénásy beginnt seine Analyse mit der Feststellung: „Wenn man die Konstruktionsrichtung in den einzelnen Ländern abgrenzt, so muss man vorerst einmal feststellen, dass die deutsche Industrie in der Hauptsache sich der Erneuerung des Fahrwerksbaues zugewendet und auf ihre Fahnen den Kampf um höchstmögliche

²⁶² Ebd., S.26.

²⁶³ Ebd., S.28.

²⁶⁴ Stephan von Szénásy: Auto-Bilanz 1935, in: Motor-Kritik, 1936, Bd.16, S.1-6.

Fahrsicherheit geschrieben hat.“ Als Ursache dafür, dass in Deutschland ein besonderes Augenmerk auf dem Fahrwerksbau lag, führt von Szénásy die besondere Situation der deutschen Automobilindustrie an, die durch Weltkrieg und Isolation den Anschluss an den Weltmarkt verloren hatte. *„Dass Deutschland im Fahrwerksbau am weitesten fortgeschritten ist, ist eine Folge der konstruktiven und bautechnischen Unterlegenheit, in die die deutsche Industrie nach dem Kriege gedrängt wurde. Ihre Aufgabe bestand darin, in verhältnismäßig sehr kurzer Zeit den Vorsprung aufzuholen, den insbesondere die Amerikaner, die weder Kriegsschwierigkeiten noch Nachkriegswehen kannten, in zehn für unsere Entwicklung verloren gegangenen Jahren sich sichern konnten.*“ Es bleibt allerdings fraglich, warum sich dieser behauptete Rückstand gerade im Fahrwerksbau so deutlich bemerkbar machte und nicht beispielsweise bei der Motortechnik oder bei der technischen Ausstattung. Nahe liegend ist, dass von Szénásy hier einen Kausalzusammenhang konstruiert, um rückwirkend in der nationalen Geschichte eine Erklärung für eine technisch-konstruktive Abweichung vom internationalen Standard zu finden. Offenbar war ihm wenig daran gelegen, eine technikimmanente Begründung zu liefern. Dass zum Beispiel Daimler-Benz den ersten Vollschwingachser serienmäßig fertigte, lag nicht zuletzt daran, dass die von den Stuttgartern favorisierten Dieselmotoren aufgrund der größeren Massenkräfte im Kurbeltrieb und der dadurch bedingten unruhigen Laufweise höhere Anforderungen an das Fahrwerk stellten, als mit einer Starrachsen-Konstruktion zu erreichen war.²⁶⁵ Wie hoch von Szénásy demgegenüber den externen Einflussfaktor des wirtschaftlich und politisch begründeten Sonderwegs einschätzt, zeigt seine Darstellung der Entwicklungsgeschichte des Fahrwerksbaus. Ein *„normaler Entwicklungsgang“* wäre zu zeitaufwändig gewesen und hätte die deutsche Automobilindustrie ihrer internationalen Konkurrenzfähigkeit beraubt. Daher hätte *„etwas gewagt werden“* müssen, *„mit einem Schlage“* habe man sich wieder in *„eine Spitzenstellung bringen“* müssen. Das vermag technikhistorisch kaum zu überzeugen, denn die vermeintliche Notwendigkeit eines nationalen Befreiungsschlages erklärt aus sich heraus noch nicht, warum dem Ingenieur beispielsweise die Einzelradaufhängung als technische Lösung eingefallen ist. Von Szénásy versucht daher auch, die technisch-konstruktive Entwicklung in das übergeordnete Narrativ eines nationalen Willensakts einzuordnen, der zur Befreiung aus der allgemeinen Krise geführt habe. In der Not bewiese sich der deutsche Genius und ersinne die rettende Lösung. Hier wird der konstruktive Fortschritt zum nationalen Befreiungsschlag umgedeutet. Dass im Vergleich dazu der amerikanische Automobilbau *„mehr oder minder noch immer am einmal für die ganze Welt gültig*

²⁶⁵ Roediger: Automobil, S.99f.

gewesenen Standard festhält“, vermag da kaum noch zu verwundern. Schließlich, so betont von Szénásy, sehe der amerikanische Konstrukteur seine Hauptaufgabe „in der Steigerung des technischen wie des persönlichen Komforts“. Hier bemüht von Szénásy entgegen seiner Beteuerung dann doch nationale Stereotype, um zu erklären, warum die Revolutionierung des Fahrwerksbaus nur von Deutschland habe ausgehen können. Ein solch konstruktiver Willensakt, wie er im deutschen Fahrwerksbau stattgefunden habe, sei in Amerika undenkbar, denn „für die Entwicklung in den USA ist weit weniger der fortschrittliche Sinn des Konstrukteurs maßgebend, als vielmehr die Rücksichtnahme auf die Fabrikation.“²⁶⁶

Die Einbettung des Wirtschaftlichkeits-Topos in den Deutungshorizont der nationalen Geschichte eröffnete die Möglichkeit, die Betrachtungsebene des Automobils zu überschreiten und den eigenen Fortschrittsbegriff im Kontext eines unterstellten Nationalcharakters zu etablieren. Dabei wurde das Auto dann zum Sinnbild jeweils spezifisch deutscher Tugenden, die sich in konstruktive Merkmale und Produkteigenschaften übersetzen ließen. Ein „Kraftwagen nach deutscher Auffassung“ sei „langlebig und immer wieder reparierbar“, schrieb die „Automobiltechnische Zeitschrift“.²⁶⁷ Damit sei der deutsche Wagen ausländischen Fahrzeugen an „Gebrauchswert“ eindeutig überlegen, denn die „geringe Haltbarkeit vieler ausländischer Kraftwagen dürfte ebenso eine unbestreitbare Tatsache sein“ wie die herausragende Qualität deutscher Erzeugnisse. Hier repräsentierte das Auto die oft gerühmte handwerkliche Qualität des deutschen Arbeiters, die ihn in der öffentlichen Wahrnehmung gegenüber zum Beispiel seinem italienischen Kollegen angeblich auszeichnete. Darüber hinaus schlage sich der nüchterne Pragmatismus der deutschen Ingenieure in der Funktionalität deutscher Erzeugnisse nieder. „Unsere deutschen Wagen stehen auf dem Genfer Salon ‚bescheiden‘ zwischen der übereleganten Konkurrenz. Ihre niedrige Bauart, ihre gegenüber den phantastischen Stromlinienungetümen wohltuend schlichten Formen hinterlassen bei aller Bescheidenheit einen vorteilhaften Eindruck. Der aufmerksame Beobachter, der kritische Schweizer Käufer, fühlt Sinn und Zweck dieser Fahrzeuge heraus, die nur Kraftwagen, nur Gebrauchsfahrzeuge für Straße und Stadt sein wollen.“²⁶⁸ Eine gewisse Solidität und bodenständige Ehrlichkeit wurde hier als gemeinsamer

²⁶⁶ Zum Stereotyp des genialen deutschen Ingenieurs siehe **Radkau, Joachim**: Technik in Deutschland. Vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart, Frankfurt/M 1989, S.29-34. Deutschland, so schildert Radkau die Ansicht der Zeitgenossen, unterscheide sich von anderen Nationen durch die enge Koppelung von Technik und Wissenschaft. In Deutschland galten „im 19. Jahrhundert leichte, unkomplizierte, nicht besonders solide, aber dafür billige Maschinen, die sich rasch rentierten, als typisch amerikanisch. Aufwändige technische Entwicklungsarbeit – so hieß es damals – widersprächen dem amerikanischen Wirtschaftstempo und dem Drang zu schnellem Reichtum.“ Ganz anders dagegen der deutsche Ingenieur, dessen Gründlichkeit und wissenschaftliche Bildung eine ausgereifte und hochwertige Maschine garantiere.

²⁶⁷ Automobiltechnische Zeitschrift, 1941, Bd.44, S.1f.

²⁶⁸ Allgemeine Automobil-Zeitung, 1935, Bd.36, H.12, S.7f.

Charakterzug deutscher Erzeugnisse herausgestellt, der angeblich in ihrer Herkunft begründet lag. Dass es sich bei den ausgestellten Fahrzeugen um unterschiedliche Marken handelte, spielte dabei keine Rolle mehr, denn: *„jedes Industrieprodukt mit der volkstümlichen Resonanz des Kraftwagens kann nur aus dem Milieu, dem es entwachsen ist, betrachtet werden“* und sei in diesem Milieu fest verwurzelt.²⁶⁹ *„Die deutsche Tendenz im Automobilbau hebt sich daher deutlich vom sogenannten internationalen Standard ab“*, hieß es weiter. *„Ihr wesentliches Kennzeichen liegt darin, dass man sich bemüht, den Automobilen ein möglichst vollkommenes Maß von Ausgewogenheit zu geben.“* Deshalb seien deutsche Wagen bei internationalen Ausstellungen *„auch nie so elegant wie ihre Umgebung“*, aber sie seien dafür *„tüchtig und haltbar“*. Der Deutsche zeige auf den internationalen Automobilsalons nicht *„Neues um des Neuen Willen“*, sondern strebe stets danach, eine *„vielleicht uninteressante, aber solide Ehrlichkeit“* zu erreichen.²⁷⁰ Es waren in erster Linie eine nüchterne Präzision sowie eine unprätentiöse Bodenständigkeit, die immer wieder als allgemeine deutsche Tugenden dargestellt wurden. Wie zum Beispiel in einer kleinen Anekdote, die der Korrespondent der Zeitschrift „Motor und Sport“ von der New Yorker Autoschau berichtete: *„Am Ende der Halle, dicht beim Ausgang, steht ein Mann und dreht an einem Rad, unermüdlich, immerfort. Dann lässt er einen Hebel einschnappen und das Rad bleibt stehen. Irgendeine neue Bremsvorrichtung für Lastwagen. Sonderbar – der Mann brüllt nicht, hält Vorbeigehende nicht am Rockschoß fest und stopft auch niemandem Prospekte in die Taschen. Ich fühle mich angeheimelt durch das in dieser lärmfrohen Umgebung so seltsame Gebaren. Ich gehe an dem Stand vorüber. Unter einer Glastafel liegt eine kurze sachliche Erklärung der Bremsvorrichtung, ohne Schwulst, ohne Phrasen, ohne Superlative. Am Ende steht der Name einer Berliner Firma. – Ich hätte in diesem Augenblick gern eine Lastwagenbremse gekauft.“*²⁷¹

Die Automobilindustrie war bestrebt, den Zusammenhang von Auto und Nationalcharakter nicht nur zu unterstreichen, sondern darüber hinaus sich selbst als Hüterin und Wahrerin nationaler Tugenden darzustellen. Wilhelm Kissel hob in seinem Geleitwort zur IAMA 1934 hervor, der *„neue Geist“* des Nationalsozialismus, *„der an der Werkbank, am Schreibtisch und im Beratungszimmer festen Fuß gefasst hat, appelliert mit Macht an die alten*

²⁶⁹ Ebd., H.13, S.5.

²⁷⁰ Allgemeine Automobil-Zeitung, 1934, Bd.35, H.44, S.3f. Siehe zudem: Ebd., 1937, Bd.38, S.1207-1210 und 1240-1244.

²⁷¹ Motor und Sport, 1934, Bd.11, H.5, S.30.

*Kerntugenden des deutschen Kraftfahrzeugbaus.*²⁷² Nationalsozialistische Gesinnung und die Haltung der deutschen Autoindustrie begegneten sich laut Kissel also im Geist nationaler Tugenden. In einem Artikel anlässlich des zehnten Jahrestages der Fusion der Firmen Daimler und Benz schrieb er über die Krise der 20er-Jahre und betonte dabei noch einmal den engen Zusammenhang von Automobilindustrie und Nation: *„Zum Glück hat es damals nicht an tapferen Männern gefehlt, die ihren Stolz und ihr ganzes Können dareinsetzten, das nationale Erbe der beiden großen Deutschen Karl Benz und Gottlieb Daimler zu wahren und gegen alle Angriffe zu verteidigen. Jene schwarzen, für unser Volk so unglücklichen, schmerzlichen Jahre fanden in der Leitung der beiden Werke ein starkes, im Feuer gehärtetes Geschlecht. Das große Erbe der beiden Erfinder wurde von ihren Treuhändern erfolgreich verteidigt. [...] Hier arbeitet ein bis in den innersten Kern deutsches Unternehmen nicht für den wirtschaftlichen Nutzen seiner Geldgeber und Aktionäre, sondern für Volk und Vaterland.*²⁷³

²⁷² Geleitworte zu der bevorstehenden Internationalen Motorrad- und Automobilausstellung vom 26. Februar 1934, unterzeichnet von Vorstandsmitglied Kissel. Eine Abschrift befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Kissel, Messen und Ausstellungen.

²⁷³ Der Artikel ist abgedruckt in: Deutsche Bergwerkszeitung vom 30. Juni 1936.

2.2.3. Das Ethos der Zweckmäßigkeit als Leitidee eines deutschen Wegs in die Moderne

Die gedankliche Verknüpfung des technischen Alltagsgegenstandes Automobil mit gesellschaftspolitischen Werthaltungen und Deutungsbeständen war ein Merkmal sowohl der nationalsozialistischen Motorisierungspropaganda als auch der Werbe- und Öffentlichkeitsarbeit der Automobilindustrie. Ganz gleich ob, wie von der Regierung propagiert, eine gewisse Einfachheit und Besinnung auf das Wesentliche oder, wie von der Industrie betont, eine allgemeine Solidität und Wirtschaftlichkeit dabei im Zentrum stand, in beiden Fällen wurde das Auto zum Träger von Merkmalen und Eigenschaften, die der Nation insgesamt zugeschrieben wurden. Diese immer wiederkehrende Bezugnahme auf nationale Stereotype suggerierte das Bild eines spezifisch deutschen Automobils. Durch diese Koppelung nämlich wurde das Auto mit Attributen versehen, die ihm eine Identität verliehen und es von ausländischen Fabrikaten eindeutig abgrenzbar machten – quasi ein Fahrzeug mit deutschen Eigenschaften und Merkmalen. Das Automobil konnte dadurch in der öffentlichen Wahrnehmung zum Symbol für Merkmale der nationalen Identität werden. Dabei fungierten die Internationalen Automobilausstellungen als eine Art Erinnerungsort, an dem die Verknüpfung von Autobild und nationaler Selbstkonstruktion räumlich vollzogen wurde.

In diesem Zusammenhang kam den sogenannten „Ehrenhallen“ eine herausragende Bedeutung zu. Diese Einrichtung wurde 1935 ins Leben gerufen und war bis zur letzten internationalen Ausstellung vor Kriegsausbruch fester Bestandteil der IAMA. Der Begriff „Ehrenhalle“ bezeichnete eine jährlich wechselnde Sonderausstellung mit einem bestimmten thematischen Schwerpunkt. Der Bereich dieser Sonderschau war von den Ausstellungsflächen der Firmen getrennt und befand sich zumeist an prominenter Stelle, um den Exponaten einen besonders weihvollen Rahmen zu geben. Für das Jahr 1935 beispielsweise berichtete die „Deutsche Allgemeine Zeitung“: *„Der nationalsozialistischen Grundeinstellung entsprechend ist die Ehrenhalle, die man durchschreiten muss, wenn man zur Schau der Personenwagen gelangen will, zu einer geschichtlichen Schau gestaltet, die [...] ehrenvolles Zeugnis von dem Schaffensgeist deutscher Konstrukteure und Arbeiter ablegt.“*²⁷⁴ Formal war der RDA für die Gestaltung der „Ehrenhalle“ und die Herbeischaffung der Exponate verantwortlich. Wie groß allerdings der Einfluss des Reichspropagandaministeriums war, belegt exemplarisch eine

²⁷⁴ Deutsche Allgemeine Zeitung vom 15. Februar 1935. Im Jahr 1937 war die „Ehrenhalle“ so groß wie die Ausstellungsflächen der Firmen Daimler-Benz, Auto Union, Adler und Opel zusammengefasst; insgesamt fast ein Viertel der gesamten Grundfläche der großen Ausstellungshalle. Vgl. dazu den Grundriss der Ausstellungshalle 1. Eine Kopie befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1937.

Besprechung aus dem Oktober 1937 zwischen Vertretern des RDA und des Ministeriums. Der RDA, durch den Präsidenten Allmers vertreten, wollte aufgrund des Platzmangels in den Ausstellungshallen die Sonderschau in einen anderen Bereich des Messegeländes verlegen. Dieses Ansinnen wurde jedoch von Ministerialrat Hegert mit der Begründung abgelehnt, die „Ehrenhalle“ müsse an „repräsentativer“ Stelle gelegen sein, was im Endeffekt dazu führte, dass entgegen dem ausdrücklichen Wunsch der Industrie der gesamte Bereich der Nutzfahrzeuge räumlich abgetrennt und in eine entfernt gelegene Halle ausgelagert werden musste.²⁷⁵ Kompetenzstreitigkeiten dieser Art können als deutliches Indiz für die enge Verflechtung von Politik und Automobil bei der Planung und Gestaltung der „Ehrenhallen“ gewertet werden.

In welchem Maße das Automobil im Rahmen der Sonderausstellungen als Symbol für die Nation inszeniert wurde, verdeutlicht die Konzeption der ersten „Ehrenhalle“ von 1935. Unter dem Motto „Ehrenhalle des deutschen Konstrukteurs und Arbeiters“ wurde das Auto als Symbol für deutsche Tugenden präsentiert. Diese symbolische Aufladung wurde erreicht, indem das Automobil zum deutschen Konstrukteur und zum deutschen Arbeiter explizit in Bezug gesetzt wurde. In der „Ehrenhalle“ wurden die neuen und äußerst populären Rennwagen der Firmen Daimler-Benz und Auto Union ausgestellt. Daneben wurden Innovationen im Fahrzeugbau gezeigt, wie etwa der neue, leistungsfähigere Kompressormotor, fortschrittliche Getriebe oder neuartige Radaufhängungen.²⁷⁶ An den großen seitlichen Wandflächen der Ehrenhalle standen in überdimensionalen Buchstaben zwei Zitate Adolf Hitlers. Auf der einen Seite: *„Danken möchte ich den unzähligen deutschen Konstrukteuren und Technikern, deren Genialität diese Wunderwerke menschlicher Erfindung schaffen. [...] Die deutschen Konstrukteure unserer Wagen haben nicht nur Hunderttausende Einzelmenschen beglückt, sondern Millionen, denen das gesamte Kraftfahrwesen neue und bequeme Verkehrsmöglichkeiten erschlossen hat.“* Während mit diesem Zitat das Automobil als Schöpfung des deutschen Genius interpretiert wurde, sollte das zweite Zitat vor allem die herausragende Tugendhaftigkeit des deutschen Arbeiters widerspiegeln: *„Erinnern möchte ich auch an die große Armee unserer deutschen Arbeiter, deren Fleiß und Fähigkeiten und unerhörtes Können es ermöglichen, technische Gedanken in solche Maschinen umzuformen, die man als wahre Meisterwerke von Präzision und*

²⁷⁵ Protokoll einer Besprechung im Propagandaministerium vom 21. Oktober 1937. Eine Abschrift befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1938.

²⁷⁶ Eine Auflistung der Exponate findet sich auf S.27 in: Amtlicher Führer zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1935, hg. vom RDA. Ein Exemplar des Ausstellungskatalogs befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Ausstellungen, Berlin 1935.

ästhetischer Schönheit bezeichnen kann.“²⁷⁷ Das Automobil wurde gleichsam eingerahmt von den Kräften, die es hervorbrachten und für deren Genialität und Schaffenskraft es hier Pate stand. Durch die Schrifttafel an den Seitenwänden wurden die technischen Exponate in der Mitte des Raumes interpretiert und in den Kontext einer nationalen Erfolgserzählung gestellt. Es ging vor allem darum zu zeigen, dass die Konstrukteure und Arbeiter, die all die ausgestellten Innovationen erdacht und erbaut hatten, Deutsche waren. In einem Rundschreiben an seine Mitglieder stellte der RDA dar, welche Wirkung mit der „Ehrenhalle“ erreicht werden sollte. Es sei beabsichtigt, „mit dieser Schau einen starken Anziehungspunkt für die interessierte Öffentlichkeit“ zu schaffen. Jeder Besucher „wird hierdurch auf die Leistungen unserer Konstrukteure und Arbeiter mit allem Nachdruck hingewiesen werden und wird an den Leistungen deutschen Geistes und deutscher Tatkraft nicht vorübergehen können.“²⁷⁸ Die Identifikation des Automobils mit den „Leistungen deutschen Geistes“ wurde zusätzlich noch dadurch unterstützt, dass die gesamte „Ehrenhalle“ mit Büsten von Gottlieb Daimler, Karl Benz, Wilhelm Maybach, Adam Opel, Robert Bosch, Heinrich Büssing und vielen anderen geschmückt war. Dieser Eindruck überlegener Technik aus deutscher Tradition wurde durch die Auswahl der Exponate für die „Ehrenhalle“ des Jahres 1936 noch verstärkt. Das erste motorisierte Gefährt, der Dreiradwagen von Karl Benz, stand gemeinsam mit dem siegreichen Rennwagen von Daimler-Benz in der „Ehrenhalle“, mit dem Boliden kommunizierend, eine Einheit bildend. Hier waren der Anfangs- und der vorläufige Endpunkt deutscher Überlegenheit zu bewundern. Und dazwischen, mit den beiden anderen Exponaten der Firma Daimler-Benz ein Dreigestirn bildend, die Mercedes-Limousinen von Adolf Hitler aus der „Kampfzeit“, die „Wagen der Bewegung“²⁷⁹ Deutlicher ließ sich eine Verbindung von Auto und Nation räumlich gesehen nicht herstellen.

Die Traditionsstiftung, die dem deutschen Automobil eine spezifisch nationale Identität verleihen sollte, kam auch in der Gestaltung der „Ehrenhallen“ der folgenden Jahre zum Ausdruck. Dabei standen oftmals die sportlichen Erfolge deutscher Rennwagen im Mittelpunkt der Präsentation. „So jagen alle Triumphe unserer Kraftfahrt-Rennbahn-Siege, Rekorde und sonstige Sporttriumphe als Kuriere der überlegenen Leistungsfähigkeit unserer Kraftfahrzeugindustrie, als Kuriere deutscher Tüchtigkeit, handwerklichen Fleißes, geistigen

²⁷⁷ Beide Zitate Hitlers sind einem Schreiben des RDA an die Daimler-Benz AG entnommen, in welchem der RDA um die Namen von herausragenden Konstrukteuren des Hauses Daimler-Benz bittet, um diese in der Ausstellung auf einer Plakette nennen zu können. Siehe: Schreiben des RDA an die Daimler-Benz AG vom 19. Januar 1935. Das Schreiben befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1935.

²⁷⁸ RDA Rundschreiben vom 13. Oktober 1934, Nr.357. Ein Exemplar des Rundschreibens findet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1934.

²⁷⁹ Ebd.

Hochstandes und ungestümen Willens voran und künden der Welt, was deutsche Männer können.“²⁸⁰ Diese Passage aus dem Begleittext zur Ausstellung in der „Ehrenhalle“ des Jahres 1939 ließ das Automobil als eine nationale Standarte auf den „Schlachtfeldern“ des Rennsports erscheinen. Das Auto, hier in Gestalt des Rennwagens, bündelte nicht nur das wissenschaftliche, technische und handwerkliche Können des gesamten Landes und stand exemplarisch für gewisse Eigenschaften der Nation, der deutsche Wagen wurde darüber hinaus zum Teil der Nation selbst. Die Silberpfeile wurden mit Deutschland identifiziert und erzeugten ein Gefühl der Zusammengehörigkeit. Das Auto repräsentierte Deutschland auf den internationalen Rennstrecken nicht nur, es war Deutschland. Die „ADAC-Motorwelt“ sah hier sogar Parallelen zu den Tragödien der Antike: *„Sport ist Kampf. [...] Und wenn zwei Männer miteinander kämpfen, muss das allemal ein Kampf sein, dessen Sieg nur für den einzelnen Kämpfer gilt? Kämpften nicht Hektor und Achilles gegeneinander, und hieß der Sieger nicht Troja oder Griechenland? Bei großen Rennen steht nicht nur Mann gegen Mann, sondern Nation gegen Nation. Großer Preis, das ist der Name, unter dem der Entscheid fällt in einem ungeheuren Kampf, den die Ingenieure der Völker miteinander fechten, einem Kampf, nicht weniger abenteuerlich und nicht weniger romantisch als der Kampf der Griechen gegen die Trojaner.*“²⁸¹

Ausgangspunkt der Identifikation von Nation und Auto war wiederum die Person des deutschen Konstrukteurs und Erfinders, der *„deutschen Geist und Fleiß“* verkörpere, wie es im Ausstellungsführer hieß, und der seine deutsche Tugendhaftigkeit in die von ihm konstruierte Technik einfließen lasse und ihr damit ihre spezifische Prägung verleihe. *„Wenn in den letzten beiden Jahren deutsche Rennwagen bei den größten internationalen Rennen gegen schwerste internationale Konkurrenz und die besten Fahrer von Sieg zu Sieg eilten, und wenn auch auf dem Gebiete des Gebrauchsfahrzeugs deutsche Leistungen sich immer und überall durchzusetzen vermochten,“* so der Begleittext, dann sei dies das Ergebnis *„einer glorreichen, mit aller Energie verteidigten Tradition deutschen Erfindergeistes, der auch in der Kraftfahrt immer bahnbrechend war.*“²⁸² Diese deutsche Tradition im Umgang mit der Technik zeige sich vor allem in einer *„geschärften Intuition“* für das lebendige Moment der

²⁸⁰ Begleittext zur Ausstellung der Rennwagen mit dem Titel „Sporttriumphe – Ausdruck unserer Überlegenheit“, in: Amtlicher Führer zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1939, hg. vom RDA, S.13-19, Zitat auf S.13. Ein Exemplar des Ausstellungskatalogs befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Ausstellungen, Berlin 1939.

²⁸¹ ADAC-Motorwelt, 1937, Bd.34, H.25, S.12.

²⁸² Amtlicher Führer zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1936, hg. vom RDA, S.8ff. Ein Exemplar des Ausstellungskatalogs befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1936.

Technik, so die Zeitschrift „Motor und Sport“.²⁸³ Während nämlich im westlichen Ausland noch immer die Meinung vorherrsche, dass „*die Beherrschung der Technik [...] nur von rein empirischen Erkenntnissen abhängig*“ sei, habe der Deutsche erkannt, dass der Techniker nicht nur kühl rechnender „*Wirklichkeitsmensch*“ sein könne, sondern „*dass bei der Beherrschung der Technik Faktoren mitsprechen, die [...] mit der Intuition des Künstlers stark verwandt sind.*“ Die Tradition stifte dem Konstrukteur die notwendige „*Eingebung, das Erfassen von Zusammenhängen, das Erfüllen von Möglichkeiten und das schöpferische Ahnen von Tendenzen, wie sie nur in seiner Intuition der Künstler kennt.*“ Tradition und Technik verschmolzen also in der Person des „genialen deutschen Konstrukteurs“ zu einer Einheit und bildeten die Grundlage für einen spezifischen Zugang zur Technik. Kennzeichnend für diesen Zugang war die Symbiose von Technik und Kultur, wobei eben diese Eigenschaft dem deutschen Automobil seine besondere Identität verlieh.

Ablesbar wurde dies angeblich an der besonderen Schönheit, welche durch die absolute Harmonie von Funktionalität und Ästhetik erreicht werde. „*Nur wenn der Künstleringenieur die Synthese von Zweck und Form durch eine schöpferische Vision erreicht, dann wird das technische Gebilde zur Schönheit.*“ So charakterisierte Ernst Neumann-Neander diesen Zusammenhang in einem ausführlichen Artikel, der unter dem Titel „Vollendete Schönheit reiner Zweckmäßigkeit“ in der Zeitschrift „Motor-Kritik“ erschien.²⁸⁴ Der Autor, der sich selbst als „*gelernter Kunst- und Stilfachmann*“ bezeichnete, setzte sich in seinem Beitrag mit der Frage der „*Schönheit technischer Gebilde*“ auseinander. Am Anfang seiner Überlegungen stand eine fulminante Kritik des gegenwärtigen amerikanischen Automobilbaus. Neumann-Neander bezeichnete die US-Wagen als „*Ungeheuer*“, die ihm mit „*ihrer Fassadenathletik, ihren Chromleisten und ihrem Palazzokomfort*“ vorkämen wie „*gewaltige Plutokratenlokomotiven*“. Keine Schönheit der Form, keine Gediegenheit in der Ausführung, sondern Prunk und übertriebener Luxus. Der etwas schrille Anti-Amerikanismus, der sich in dem Artikel offenbart, sollte jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass es dem Autor im Kern der Sache darum ging, Amerika als Negativfolie herauszuarbeiten, um vor diesem Hintergrund einen Gegenentwurf formulieren zu können. Wichtiger als die Kritik an der „*Entartung der technischen Form*“, die Neumann-Neander dem amerikanischen Automobilbau attestierte, ist das Gegenbild, das er entwarf. Die bescheidene „*Fahrmaschine*“, das zweckmäßige Automobil, das weniger auf den Schein abziele und bei dem die Funktionalität im Vordergrund stehe. Dies, so Neumann-Neander, sei das wahrhaft

²⁸³ Motor und Sport, 1933, Bd.10, H.8, S.8.

²⁸⁴ Ernst Neumann-Neander: Vollendete Schönheit reiner Zweckmäßigkeit, in: Motor-Kritik, 1940, Bd.20, S.462-465.

schöne Auto. Diese Schönheit der Zweckmäßigkeit wurde auch von der „ADAC-Motorwelt“ gepriesen, die sich in einem Artikel der *„Schönheit technischer Bauformen“* widmete.²⁸⁵ Ältere Autos und Wagen amerikanischer Bauart würden die Natur verschandeln, denn ihre Form entspringe einer *„Schablonenarchitektur“* die der inneren Harmonie der Natur zuwiderlaufe. Der deutsche Techniker aber habe einen neuen Begriff der Schönheit geprägt: die Zweckmäßigkeit. *„Und siehe da: auf einmal entschwand dieser unüberbrückbare Gegensatz! Natur und Technik fanden sich in der Harmonie der Schönheit, die in beiden aus dem gleichen Grunde der Sinn- und Zweckmäßigkeit (und nur diesem) wirksam ist.“* Gerade in der Reduktion des technischen Gegenstandes auf seinen Gebrauchswert lag für diese Autoren eine Ausgewogenheit und Harmonie begründet, die ein amerikanisches Auto ihrer Ansicht nach nie erreichen konnte, weil es mit seiner modisch gestylten Karosserie stets darauf abziele, mehr zu sein als nur eine „Fahrmaschine“.

Was hier zunächst ganz auf den ästhetischen Aspekt abstellte, war in der medialen Darstellung bereits fest als übergreifender Topos etabliert. In den Augen der Presse zeichnete sich das deutsche Automobil in erster Linie durch seine besondere Zweckmäßigkeit aus. Durch dieses Merkmal unterschieden sich nach Meinung der Zeitgenossen deutsche Fabrikate von ausländischen Fahrzeugen. *„Was wir auf den vielen Ständen sehen“*, schrieb *„Der Angriff“* über die Ausstellungstücke der Automesse, *„ist der konzentrierte Wille des neuen Deutschland. Zweckmäßigkeit [...] ist unsere Parole.“*²⁸⁶ Dieses Merkmal wurde so sehr zu einem Grundprinzip erhoben, dass man von einem öffentlich propagierten Ethos der Zweckmäßigkeit sprechen kann, welches zur herausragenden Eigenschaft deutscher Automobile wurde. *„Das typisch Deutsche und gleichzeitig in der Welt Führende ist die Erkenntnis, dass ein Automobil Wirtschaftsinstrument und kein Luxus ist“*, schrieb die *„Allgemeine Automobil-Zeitung“* in einem Bericht über die auf der IAMA 1934 ausgestellten deutschen Fahrzeuge. *„Das typische deutsche Automobil ist der kleine Wagen, der mehr leistet als die großen Wagen anderer Länder.“*²⁸⁷ Den Kern dieser Identitätskonstruktion des deutschen Wagens bildeten, und das ist an dieser Stelle ausdrücklich festzuhalten, die Bedeutungsprägungen Einfachheit und Wirtschaftlichkeit. Das Ethos der Zweckmäßigkeit stellte gewissermaßen die Synthese der symbolischen Subtexte Wirtschaftlichkeit und Einfachheit dar. Politik und Wirtschaft hatten mit diesen Zuschreibungen zwar unterschiedliche Bedeutungszusammenhänge unterstellt und verschiedenartige Motive

²⁸⁵ ADAC-Motorwelt, 1935, Bd.32, H.38, S.14-17.

²⁸⁶ Der Angriff vom 21. Februar 1937.

²⁸⁷ Allgemeine Automobil-Zeitung, 1934, Bd.35, H.10, S.16.

verfolgt, in der Darstellung der Presse verschmolzen beide Subtexte jedoch zum einheitlichen Bild der Zweckmäßigkeit.

Die von politischen Akteuren betriebene Identifikation des deutschen Automobils mit dem Konzept der Reduktion auf das Wesentliche und der einfachen Bauweise konnte mühelos in das übergeordnete Deutungsmuster einer allgemeinen Zweckmäßigkeit integriert werden. Das deutsche Automobil war zweckmäßig, so das Argumentationsmuster, weil es ganz auf die Funktion des Transportmittels beschränkt war und mit möglichst einfachen Mitteln verwirklicht wurde. Eine solche Interpretation der Zweckmäßigkeit als Einfachheit bezog sich häufig auf das Verhältnis von Fortschritt und Zweckmäßigkeit. Technische Neuerungen würden nur dann einen wirklichen Fortschritt darstellen, so die öffentliche Meinung, wenn diese Neuerung im Hinblick auf den Verwendungszweck des Automobils auch tatsächlich eine Verbesserung darstelle. Hitler selbst hatte in einer Eröffnungsrede kritisiert, es sei in letzter Zeit vermehrt eine „*Überspitzung der konstruktiven Entwicklung*“ zu beobachten gewesen. Die Firmen hätten zu oft „*selbst den unwesentlichsten Neuerungen nachgegeben, einfach unter dem Druck des vermeintlichen Zwanges, durch ein solch besonderes Entgegenkommen sich dem wählerischen Kunden empfehlen zu müssen.*“²⁸⁸ Dieser vermeintliche Fortschritt, der nur unternehmerischem Kalkül und modischem Effekt diene, wurde in der Presse als unzweckmäßig interpretiert. Er treibe den Preis der Fahrzeuge unnötig in die Höhe. So schrieb Hans Heinrich Dienstbach in der „Berliner Börsen-Zeitung“ über technische Neuerungen, die nur um der Neuheit willen entstünden: „*Aber hier muss eingesehen werden, dass man den technischen Fortschritt auch übertreiben kann. Er soll die technische und wirtschaftliche Wohlfahrt eines Landes fördern. Er darf aber nicht zum beherrschenden Element werden, dem das Wohl der Allgemeinheit untergeordnet wird.*“²⁸⁹ Dass gerade die deutsche Automobilindustrie diesen Fehler nicht begehe, sondern sich am Ideal der Zweckmäßigkeit orientiere, hob die „Frankfurter Zeitung“ hervor: „*Man sucht nicht mehr um jeden Preis Neuerungen zu schaffen, man ‚verbessert‘ nicht mehr Dinge, die im Grunde genommen vorher schon genauso gut oder gar besser waren. Man strebt vielmehr danach, das Auto wirklich zu dem zu machen, was es sein soll: zu einem in der Bedienung und Wartung denkbar einfachen Verkehrsmittel.*“²⁹⁰

In dieser Eigenschaft unterschied sich das deutsche Auto nach Ansicht vieler Autoren vor allem vom amerikanischen Wagen, der gerade aufgrund seiner im Durchschnitt deutlich

²⁸⁸ Eröffnungsrede von Adolf Hitler, abgedruckt in der Broschüre: Kräfte sammeln, Kräfte lenken, Kräfte sparen. Drei Reden zur Internationalen Automobil- und Motorradausstellung Berlin 1939, S.18. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1939.

²⁸⁹ Typenbereinigung eine nationale Notwendigkeit, in: Berliner Börsen-Zeitung vom 6. Dezember 1938.

²⁹⁰ Frankfurter Zeitung vom 17. Februar 1939.

größer dimensionierten Konstruktion bevorzugt als Negativfolie herangezogen wurde. Es waren nicht zuletzt die Automobilausstellungen, die reichlich Anschauungsmaterial für eine solche Abgrenzung vom amerikanischen Wagen lieferten. Alljährlich standen die großen amerikanischen Straßenkreuzer in den Messehallen am Kaiserdamm und vermittelten einen lebhaften Eindruck vom Wohlstand und dem hohen technischen Niveau der US-Industrie. Großvolumige und leistungsstarke Motoren, repräsentative Karosserien und nicht zuletzt Preise, die für den durchschnittlichen deutschen Verbraucher unerschwinglich waren, zeugten vom Reichtum der Vereinigten Staaten. Die „Deutsche Allgemeine Zeitung“ listete die technischen Neuheiten der auf der IAMA ausgestellten amerikanischen Fahrzeuge auf, die man bei deutschen Fabrikaten vergeblich suchte. *„Diese sind: Öldruckbremsen und eine mechanische Notbremse, auf die Hinterräder wirkend, vom gleichen Pedal aus zu betätigen. Völlig mechanische Schaltung am Steuerrad, in Verbindung mit einem Kupplungsautomaten, der ein Bedienen der Kupplung überflüssig macht. Vorderradstabilisator. Sicherheitsverschluss für die Motorhaube, automatische Vorwärmung des angesaugten Gasgemischs, usw.“*²⁹¹ Doch anstatt die Frage aufzuwerfen, warum so viele deutsche Fabrikate noch immer die viel unsichereren Seilzugbremsen aufwiesen oder warum eine Servolenkung in Deutschland nicht serienmäßig angeboten wurde, kam die „Deutsche Allgemeine Zeitung“ zu dem Schluss, dass all dies letztlich überflüssige Dinge seien, die vom Wesentlichen ablenken würden. *„Mit einem Wort: Die Bedienungserleichterung ist beim Hudson [das hier besprochene Modell] so weit getrieben, wie es irgend möglich ist. Hier wird das Autofahren schon bald zu einer Spielerei, die vom Fahrer immer weniger Befähigung verlangt.“* Auch „Der Angriff“ schloss sich dieser Sichtweise an und betonte in einem Bericht über die auf der IAMA ausgestellten amerikanischen Wagen, sie seien mit unnötigen und nur gewissen Modetrends folgenden Spielereien *„vollgestopft“*. Kritisiert wurde das *„jahrmarkthafte“* Anpreisen letztlich unbedeutender Neuerungen, wie überhaupt der gesamte *„Werberummel“*, der angeblich von den amerikanischen Firmen betrieben wurde, dem „Angriff“ ein Dorn im Auge war. Hier werde dem Publikum vorgegaukelt, die neuen Modelle seien fortschrittlicher als die alten, um auf diese Art die Leute zum Kauf eines Neuwagens zu bewegen. *„In Amerika bringen die Fabriken in jedem Jahr ein ‚neues Modell‘ heraus“*, kritisierte „Der Angriff“, welches sich doch nur in Äußerlichkeiten vom Vorgängermodell unterscheide. *„Bei uns hat die Mode noch nicht – und sie wird es auch nie – Besitz von der Wagenform genommen. Bei uns diktieren Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit die äußere Gestaltung der Wagen. [...] Dieser Grundsatz verbietet aber die Neuschöpfung eines Modells,*

²⁹¹ Deutsche Allgemeine Zeitung vom 21. Februar 1939.

wenn das alte noch seinen Zweck voll und ganz erfüllt.“²⁹² Durchaus beabsichtigt stellte also „Der Angriff“ der ausgereiften und technisch hochwertigen Konstruktion amerikanischer Wagen die bewusste Beschränkung auf Funktionalität und Zweckmäßigkeit als wesentliches Merkmal deutscher Automobile gegenüber. Diese Zweckmäßigkeit deutscher Wagen offenbare sich in den Eigenschaften *„Robustheit und Einfachheit der Konstruktion in allen Einzelteilen, die Unempfindlichkeit gegen Überbeanspruchung und schließlich, die Sparsamkeit im Verbrauch“*, wie die „Frankfurter Zeitung“ hervorhob.²⁹³

Die hier erwähnte „Sparsamkeit im Verbrauch“ verwies bereits auf die von der Industrie vorgebrachte Interpretation des deutschen Automobils als besonders wirtschaftliches Fahrzeug. Auch diese Zuschreibung ließ sich problemlos mit dem Identitätsmerkmal der Zweckmäßigkeit in Einklang bringen. Gegenüber einem amerikanischen Wagen, der auf 100 Kilometer zum Teil über 15 Liter verbrauchte, erschien den meisten Zeitgenossen ein sparsamer deutscher Kleinwagen als die vielleicht nicht ganz so bequeme, jedenfalls aber die zweckmäßigere Art, sich von A nach B zu bewegen. Wiederum war es in erster Linie der amerikanische Wagen, mit dem die deutschen Autos kontrastiert wurden. Gegen die als hypertrophe Blechungstüme verspotteten Wagen aus Detroit wirkten die deutschen Autos zweckmäßig im Sinne einer Sparsamkeit bei der Verwendung von Rohstoffen und einer Wirtschaftlichkeit im Verbrauch. In einer Sonderbeilage des „Völkischen Beobachters“ zum Thema „Die Großdeutsche Kraftfahrt“ wurde dieser Unterschied herausgearbeitet: *„Im Besitz aller zur Herstellung und zum Betrieb von Kraftfahrzeugen benötigten Rohstoffquellen konnten die Amerikaner sowohl konstruktiv wie in der Fabrikation aus dem Vollen schöpfen. Sie brauchten sich [...] keine Gedanken über Betriebssparsamkeit zu machen und daher auch nicht über Fragen zu brüten, die bei uns schon jedem Konstrukteur der ersten Nachkriegsjahre Kopfzerbrechen verursachten: Gewichtsverminderung, Widerstandsverminderung. Alle konstruktiven Verbesserungen, die Amerikas Techniker fanden, dienten daher dem Fahrkomfort.“*²⁹⁴ Der deutsche Konstrukteur, durch den Mangel an Rohstoffen zur Zweckmäßigkeit erzogen, beschritt also konstruktiv angeblich einen ganz anderen Weg als sein amerikanischer Gegenpart. Die funktionale Strenge und die disziplinierte Sparsamkeit des deutschen Ingenieurs standen hier gegen die üppige Verschwendungssucht amerikanischer Automobilbauer. *„In Amerika, wo Öl und Benzin fließt, mag man sich*

²⁹² Der Angriff vom 20. Februar 1938.

²⁹³ Kraftfahrzeuge fern der deutschen Heimat, in: Frankfurter Zeitung vom 7. März 1941.

²⁹⁴ Der deutsche Weg zum Volkswagen, in: Völkischer Beobachter vom 18. Februar 1939. Ähnlich urteilte das Hamburger Tageblatt vom 18. Februar 1939 unter der Überschrift „Qualität entscheidet“: *„Wir müssen uns nämlich abwenden davon, Amerika als automobilistisches Musterland zu betrachten, weil Amerika, das Land der unbegrenzten Möglichkeiten, gar nicht ausschlaggebend sein kann für unser Vaterland, das viel wirtschaftlicher, viel präziser denken muss.“*

darüber streiten, ob das Gesicht eines Wagens wie ein Palästinahaus oder wie eine Rubenssche Damenfigur aussehen soll, damit man möglichst viel Betriebsstoff verschwende. Wir Deutsche können der Welt jetzt die Früchte unseres eigenen Geistes anbieten und der schafft nicht süßlichen Jugendstil, sondern auch im Fahrzeug strenge, klare Linien, ebenbürtig der Willensarchitektur in den Städten und Straßen Adolf Hitlers.“²⁹⁵

Dabei standen die behaupteten nationalen Eigenschaften deutscher und amerikanischer Autos stellvertretend für die grundsätzlichen Unterschiede zwischen beiden Ländern. Das Verschwenderische sowie der Hang zu überflüssigen technischen Spielereien seien letztendlich typische Merkmal der amerikanischen Gesellschaft in ihrer Gesamtheit. Insofern wären die großen Straßenkreuzer „*typisch amerikanische Repräsentanten*“, so die „*Deutsche Allgemeine Zeitung*“. „*Oder sagen wir besser: Vertreter eines Volkes, dessen Charaktergrundzüge sich im Automobilbau widerspiegeln. Wuchtig, fast zu selbstbewusst, mit blitzenden Nickelgesichtern, enthalten sie neben dem größtmöglichen Komfort eine Summe technischer Spielereien.*“²⁹⁶ Das Automobil wurde zum Träger eines unterstellten Nationalcharakters und diente als Symbol beziehungsweise Identifikationsmerkmal der Eigenschaften eines Volkes. Der oben bereits zitierte Neumann-Neander bemängelte im Rahmen seiner Stilkritik amerikanischer Wagen deren „*herrenmäßigen Brennstoffverbrauch*“. Die damit geweckte Assoziation mit dem „*Herrenfahrer*“, der in den frühen Tagen des Automobilismus rücksichtslos und nur zu seinem privaten Vergnügen mit einem überdimensionierten Gefährt durch die Landschaft brauste, schien durchaus gewollt. Der Autor beschrieb die amerikanischen Autos als Ausdruck eines Lebensstils, der von Verschwendung und individuellem Luxus geprägt sei. Diese Wagen stellten sich für ihn als „*das Inkarnat des Überflusses an Arbeitskraft, Bodenschätzen und kommerziellem Vollblut, im Vergleich zu den sonstigen Lebensbedingungen der Massen*“ dar. Hier wurde das Automobil zum Symbol für eine unterstellte Arroganz der Amerikaner und für die soziale Ungerechtigkeit des kapitalistischen Gesellschaftssystems. Der große Wagen als Ausdruck der Habgier und der Rücksichtslosigkeit der USA: „*Immer dachte ich, dass die schmalen Sitzplätze im Bus oder die Holzbank der dritten Klasse Eisenbahn doch ein Hauch von absoluter Anständigkeit und königlicher Bescheidenheit umwehen, gemessen an diesen Kampfwagen des Großkapitals mit einem feisten Kerl drin, der eine dicke Zigarre im Maul stecken hat.*“²⁹⁷

²⁹⁵ Der Kraftwagen nach dem Krieg, in: Deutsche Bergwerkszeitung vom 28. November 1940.

²⁹⁶ Deutsche Allgemeine Zeitung vom 21. Februar 1939.

²⁹⁷ Ernst Neumann-Neander: Vollendete Schönheit reiner Zweckmäßigkeit, in: Motor-Kritik, 1940, Bd.20, S.462-465.

Die Überlegenheit des deutschen Wesens gegenüber dieser amerikanischen „Unkultur“ kam für die Kommentatoren der Presse im militärischen Triumph deutscher Zweckmäßigkeit über die unpraktische Behäbigkeit der US-Technik zum Ausdruck.²⁹⁸ Jahrzehntlang hätten die Amerikaner nur ihre bequemen Autos gebaut und seien darüber „verweichlicht“. Nun fehle ihnen die *„Zweckmäßigkeit und Anpassungsfähigkeit“* der robusten deutschen Konstruktionen. *„Erst der Krieg zeigte ihnen [den Amerikanern], dass man mit 60 PS im richtigen Fahrzeug weiter kommt, als mit 160 PS in landesüblichen Fahrgestellen, und so mussten sie sich mit dem beschäftigen, was ihnen immer als Ausdruck europäischer Ärmlichkeit vorgekommen ist, nämlich mit dem kleinen Wagen. Vielleicht werden sie auch schon gemerkt haben, dass so etwas schwerer zu bauen ist als ein umfängliches Ding, bei dem es weder auf die Wirtschaftlichkeit noch auf die Straßenlage ankommt.“* Neben diesem Text, der 1943 in der „Allgemeinen Automobil-Zeitung“ erschien, war ein Foto abgedruckt, das einen amerikanischen Jeep zeigte, der irgendwo in Asien von Eingeborenen mit Seilen aus dem Schlamm gezogen werden musste.²⁹⁹ Dem wurde das Bild des anspruchslosen und militärisch zweckmäßigen „Kübelwagens“ entgegengesetzt. *„Er ist ein anspruchloser Sandfloh, der nie enttäuscht und treu und zuverlässig seine Dienste tut. So genügsam, dass er selbst im gottverlassensten Gelände der libyschen Wüste kaum mehr als seine acht Liter Treibstoff je hundert Kilometer säuft.“*³⁰⁰ Besonders hervorgehoben wurde dabei, dass der „Kübel“ eine nur geringfügig veränderte Version des ursprünglichen Volkswagenmodells war.³⁰¹ Dies galt als Beweis für die generelle Überlegenheit deutscher Technik, die in ihrem Kern in Friedens- wie in Kriegszeiten unverändert geblieben war. *„Für diesen Zweck musste er [der Volkswagen] seine schöne Stromform allerdings ablegen und erhielt eine schlichte, nur auf reine Zweckmäßigkeit abgestellte Kübelkarosserie. Diese Verwandlung aber ist schließlich nur eine äußerliche. Der luftgekühlte Motor mit Triebwerk, der Unterbau mit Lenkung, Federung und Fahrwerk konnte bis auf geringe Änderungen unverändert*

²⁹⁸ Zum Amerikabild in der Kriegspropaganda siehe **Moltmann, Günter:** Nationalklischee und Demokratie. Die deutsche Amerikapropaganda im Zweiten Weltkrieg, in: Ursula Büttner (Hrsg.): Das Unrechtsregime, Hamburg 1986, S.219-249.

²⁹⁹ Jeep – ein geländegängiger Amerikaner, in: Allgemeine Automobil-Zeitung, 1943, Bd.44, S.112f.

³⁰⁰ Volkswagen in Afrika, in: Motor Schau, 1942, Bd.6, S.108.

³⁰¹ Seit dem Beginn des Krieges war die Produktion von zivilen Pkw nur noch zu Exportzwecken genehmigt. Rohstoffzuteilungen und Produktionsquoten wurden den Automobilfabriken vom „Generalbevollmächtigten für das Kraftfahrwesen“, Oberst von Schell, verbindlich vorgeschrieben. Mit den genehmigten 3.000 Pkw und 7.000 Lkw monatlich waren die Kapazitäten der deutschen Automobilindustrie jedoch bei weitem nicht ausgelastet. Um sich einen größeren Anteil am Rüstungsgeschäft zu sichern, hatte man im Volkswagenwerk bereits 1939 damit begonnen, die Konstruktionspläne für den zivilen Wagen als Grundlage für die Entwicklung militärischer Fahrzeuge zu nehmen. Das Ergebnis war der Kübelwagen, der ab 1941 von der Wehrmacht stark nachgefragt wurde, um die drohende Entmotorisierung des Osttheeres zu verhindern. Siehe dazu: Mommsen: Volkswagenwerk, S.383-406.

bleiben.“³⁰² Die Konstruktion des Fahrzeugs, mit ihrer spezifisch deutschen Eigenschaft der Zweckmäßigkeit, war dieselbe geblieben. „Ob auf den Reichautobahnen in der Heimat zur Winterzeit, ob auf der glühenden Via Balbia zwischen Tripolis und der ägyptischen Grenze [...], das alles kann den kleinen Motor nicht erschüttern.“³⁰³ Der „Kübelwagen“ schien gleichsam das technische Abbild des deutschen Landsers zu sein: tapfer und gehorsam, zäh und ausdauernd, entschlossen und zupackend. Im russischen Winter erwies sich der Bruder des Volkswagens als treuer Kamerad: „Der Volkswagen schien von solcher Belastung unberührt zu bleiben. Er stand eisern, es machte ihm gar nichts aus. [...] Da wo unsere schweren Mannschaftswagen abrutschen und alles schieben helfen muss, sausen sie [die Kübelwagen] drüber, hinauf, hinein – sie sind oben! [...] der Volkswagen ist der Lausbub unter den Kriegsfahrzeugen.“³⁰⁴ Aber auch an den Fronten Afrikas stand der „Kübelwagen“ seinen Mann und gegen feindliche Übermacht wusste er seine technische Leistungsfähigkeit geschickt auszuspielen: „So leicht ist er, dass mancher von den kleinen Volkswagen schon im Zickzack-Kurs querwüstein englischen Tieffliegern entronnen ist [...] Der Staub der Volkswagen veranlasste die Briten mehr als einmal zu Rückzügen – in der Fehlmeinung, da seien starke Panzerkräfte im Anmarsch.“³⁰⁵

³⁰² Motor Schau, 1941, Bd.5, S.587.

³⁰³ Ebd., S.589.

³⁰⁴ Ebd., S.725.

³⁰⁵ Ebd., 1942, Bd.6, S.108.

3. Die politische Aufladung des Automobils im Spannungsfeld von Wirtschaftswunder und Konsumkritik 1945-1966

3.1. Das Auto bleibt Symbol für wirtschaftlichen Aufbruch und gesellschaftlichen Fortschritt durch Motorisierung

3.1.1. Das Auto als Motor des Wiederaufbaus in der Öffentlichkeitsarbeit der Kraftfahrtlobby

Am 11. April 1945 schien der Traum von einem Volkswagen endgültig ausgeträumt. An diesem Tag besetzten amerikanische Truppen das Volkswagenwerk sowie die nahe gelegene Siedlung und schlossen die Werkstore.³⁰⁶ 340.000 Volkswagen-Sparer hatten zu diesem Zeitpunkt „Sparmarken“ im Wert von über 275 Millionen Reichsmark erworben, aber kein einziger Volkswagen war bis Kriegsende an zivile Käufer ausgeliefert worden.³⁰⁷ Die erzwungene Schließung bildete somit das letzte Kapitel des erfolglosen Versuchs des NS-Regimes, mit einem Werk unter staatlicher Regie die Motorisierung des „kleinen Mannes“ voranzutreiben. Die Nachkriegszeit stellte das Volkswagenwerk ebenso wie die gesamte deutsche Wirtschaft vor vollkommen neue Herausforderungen.³⁰⁸ 20% der Bauten auf dem Werksgelände waren zerstört, eine von vier Montagehallen war durch Bombentreffer zu mehr als einem Drittel eingestürzt und nahezu alle Maschinen waren entweder beschädigt oder in Ausweichbetriebe ausgelagert worden. Die Situation bei anderen Automobilherstellern sah ähnlich aus. Im Daimler-Benz-Werk in Untertürkheim waren durch Bombentreffer rund 60% der gesamten betrieblichen Nutzfläche und 22% der Werkzeugmaschinen zerstört worden.³⁰⁹ Mercedes-Generaldirektor Wilhelm Haspel sprach von *„der größten Katastrophe, die je über eine hoch entwickelte moderne Industrie hereingebrochen ist“*.³¹⁰ Doch nicht nur die Autoindustrie war betroffen. Volkswirtschaftlich noch gravierender waren die schweren Schäden am Transport- und Verkehrssystem, die eines der größten Hindernisse für den Wiederaufbau darstellten. So waren beispielsweise in der britischen Besatzungszone von ehemals 13.000 Straßenkilometern nur circa 1.000 Kilometer noch befahrbar und über den Rhein führte nach 1945 nur noch eine einzige funktionsfähige Brücke.³¹¹ Die Motorisierung

³⁰⁶ Zur Geschichte des Volkswagenwerks in der Nachkriegszeit siehe **Lupa, Markus:** Das Werk der Briten. Volkswagenwerk und Besatzungsmacht 1945-1947, Wolfsburg 1999.

³⁰⁷ Die Zahlen stammen aus: Mommsen: Volkswagenwerk, S.197f.

³⁰⁸ Für einen allgemeinen Überblick zur sozialen Situation der Nachkriegsgesellschaft vgl. **Kleßmann, Christoph:** Die doppelte Staatsgründung. Deutsche Geschichte 1945-1955, 5. Auflage, Bonn 1991, S.37-65.

³⁰⁹ **Gregor, Neil:** Stern und Hakenkreuz. Daimler-Benz im Dritten Reich, Berlin 1997, S.365.

³¹⁰ Vortrag von Generaldirektor Wilhelm Haspel, gehalten anlässlich eines Presseempfangs in Stuttgart-Untertürkheim am 10. Mai 1949, S.1. Das Manuskript der Rede befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Hannover 1949.

³¹¹ Kleßmann: Staatsgründung, S.45.

in Deutschland war durch den Krieg und seine Folgen in einem für die Zeitgenossen kaum absehbaren Maße zurückgeworfen worden.

Trotz der Probleme, die durch Kriegsschäden, Besatzung und Teilung entstanden waren, hatte man in der Automobilindustrie bereits kurz nach der Kapitulation damit begonnen, die ausgelagerten Maschinen zurückzuholen, die Fabrikhallen zu reparieren und mit den Resten der vorhandenen Belegschaft wieder Fahrzeuge herzustellen.³¹² Die Briten, die von den Amerikanern die Kontrolle über das Volkswagenwerk übernommen hatten, begannen rasch damit, die Produktion von Fahrzeugen systematisch wieder aufzubauen. Schon im November 1945 liefen die ersten Volkswagen vom Band und ab 1946 produzierte man in Wolfsburg, wie die ehemals „KdF-Stadt“ genannte Barackensiedlung neben dem Werk am Mittellandkanal nun hieß, bereits mehr als 1.000 Wagen pro Monat. Die hergestellten Fahrzeuge wurden zunächst ausschließlich an die Besatzungsmacht ausgeliefert und kamen nicht auf dem freien Markt zum Verkauf.³¹³ Ähnlich erging es auch den anderen Automobilherstellern, deren Produktion von der alliierten Militärverwaltung gelenkt wurde und die ein bestimmtes Kontingent ihrer Fahrzeuge an die Besatzungsbehörden abführen mussten. Bei Daimler-Benz in Mannheim hatten die Amerikaner bereits kurz nach der Besetzung des Werks veranlasst, dass die noch von den Nationalsozialisten befohlene Produktion von Lastwagenmodellen der

³¹² Zahlreiche Automobilfirmen standen mit einem Mal vor der Situation, mit Zweigwerken in benachbarten Zonen nicht mehr in Kontakt treten zu können, um dort Einfluss zu nehmen. Im Geschäftsbericht von Daimler-Benz für die Jahre 1945 bis 1948 heißt es dazu: *„Erst langsam, und zwar nach Klärung der Besatzungszonen, konnte dann zu innerhalb der in der amerikanischen Zone liegenden Werken der Gesellschaft Untertürkheim, Sindelfingen und Mannheim wieder Verbindung hergestellt werden. Die Verbindung nach dem in der französischen Zone liegenden Werk Gaggenau war lange Zeit recht schwierig und unsere Einflussnahme auf die Leitung eine begrenzte. Mit Berlin konnte erst sehr spät Fühlung genommen werden.“* Siehe: Geschäftsbericht der Daimler-Benz AG für den Berichtszeitraum 1945-48, S.1. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Geschäftsberichte. Besonders hart waren die Bayerischen Motorenwerke und die Auto Union von der Aufteilung Deutschlands getroffen. Das BMW-Werk in Eisenach lag ebenso im Einflussbereich der sowjetischen Militärverwaltung wie der Firmensitz der Auto Union AG in Chemnitz. Nachdem die Sächsische Staatsbank, die 94% Auto Union-Aktien hielt, enteignet worden war, wurde am 17. August 1948 der Handelsregistereintrag für die AG gelöscht. Am 29. November desselben Jahres wurde in Ingolstadt die Auto Union GmbH als Zweigniederlassung für die erloschene AG eingetragen, um wenigstens einen Rumpfbetrieb aufrecht zu erhalten. In Chemnitz und Zwickau sollten in nicht allzu ferner Zukunft unter staatlicher Regie die ersten Wartburg- und Trabant-Fahrzeuge vom Band rollen. Für eine detaillierte Darstellung der Vorgänge siehe **Kukowski, Martin**: Die Chemnitzer Auto Union AG und die „Demokratisierung“ der Wirtschaft in der Sowjetischen Besatzungszone 1945-1948, Stuttgart 2003. Auch andere Firmen, wie etwa Opel, hatten den Verlust von eigenen Zweigwerken oder wichtigen Zulieferbetrieben zu beklagen und waren gezwungen, sich ganz oder teilweise neu zu organisieren. Zusätzliche Belastungen entstanden für die Automobilindustrie aus Reparationsforderungen der Alliierten. So mussten beispielsweise die Bayerischen Motorenwerke Maschinen und technische Einrichtungen im Wert von knapp 60 Millionen Deutscher Mark an die Alliierten abgeben. Diese Verpflichtung brachte laut Geschäftsbericht *„den Verlust aller Maschinen, technischen Einrichtungen, Kräne, Waagen, Prüfvorrichtungen, Prüfinstrumente, Küchen- und Wohlfahrtseinrichtungen für die Belegschaft, Büromaschinen, der Telefonzentrale und von Teilen der Büroausstattung.“* Siehe: Geschäftsbericht der Bayerischen Motorenwerke AG für den Berichtszeitraum 1948/49, S.2. Ein Exemplar befindet sich im BMW Konzernarchiv.

³¹³ Siehe: Lupa: Werk, S.23ff.

Firma Opel unverzüglich wieder aufgenommen wurde.³¹⁴ Zur gleichen Zeit wurden im BMW-Zweigwerk Allach Reparaturaufträge des amerikanischen Militärs ausgeführt.³¹⁵

Seitens der Automobilindustrie regte sich schon bald Widerstand gegen die Bewirtschaftung durch die alliierten Kontrollbehörden. Die Vorgabe der Produktionszahlen und die Kontingentierung wichtiger Rohstoffe wie Stahl und Gummi wirkten sich hemmend auf den Auf- und Ausbau der Werke aus.³¹⁶ In dieser Situation griff die Automobilindustrie das von Hitler geprägte Bild von der Kfz-Branche als Schlüsselindustrie auf, in dem Versuch, eine gewisse Sonderrolle für sich zu beanspruchen. Im Rekurs auf die Darstellung des NS-Motorisierungsprogramms als treibende Kraft des nationalen Aufbruchs aus der Krise wurde das Kraftfahrzeug nun von der Autolobby als „Motor des Wiederaufbaus“ präsentiert. Die Argumentationsfigur von der zentralen Funktion der Kfz-Industrie für die bundesdeutsche Wirtschaft konnte an noch immer wirkmächtige Deutungsangebote der NS-Propaganda über den Zusammenhang von Auto und Prosperität anknüpfen. Die Wochenzeitung „Die Zeit“ stellte in einem Artikel zur volkswirtschaftlichen Situation fest: *„Das Transportproblem ist der entscheidende Hebel für den Wiederaufbau der deutschen Wirtschaft.“*³¹⁷ Diesen Gedanken aufgreifend schrieb die „Wirtschaftsrevue“, ohne den Motor herrsche Stillstand. Die gesamte Industrie und das private Gewerbe seien in hohem Maße abhängig von der Verfügbarkeit der „Ware“ Mobilität.³¹⁸

Der durch die Wirtschafts- und Währungsreform ausgelöste Nachfrageboom in der Automobilindustrie schien den Stimmen Recht zu geben, die von einer Schlüsselfunktion des Kraftfahrzeugs im Prozess des nationalen Wiederaufbaus sprachen. Mit dem Wegfall des Bezugsscheinsystems zeigte sich der enorme Bedarf an Automobilen in Industrie und Handel. In diesem Zusammenhang erschien der Kraftwagen als Produktionsinstrument, durch dessen Einsatz der gesamtwirtschaftliche Ausstoß erhöht werden könne. Im Geschäftsbericht der Firma Daimler-Benz für die Jahre 1948 bis 1950 heißt es dazu rückblickend: *„Wir waren nie im Zweifel darüber, dass dabei dem Kraftfahrzeug eine besondere Rolle zufallen würde, weil eine sich wieder aufwärts entwickelnde Wirtschaft unter allen Umständen und in allererster Linie das Kraftfahrzeug benötigt. Befürchtungen, die vielfach in jener Zeit gehegt wurden,*

³¹⁴ Dies geht aus einer Ansprache des Generaldirektors Haspel hervor, wie Anm. 310, S.6.

³¹⁵ Geschäftsbericht der Bayerischen Motorenwerke AG für das Berichtsjahr 1946, S.1. Ein Exemplar befindet sich im BMW Konzernarchiv.

³¹⁶ Im „Level of Industry Plan“ hatte der Alliierten Kontrollrat festgelegt, wie hoch der Ausstoß der deutschen Industrieproduktion sein dürfe. Die Pkw-Produktion wurde darin auf 40.000 Einheiten pro Jahr begrenzt, die zudem nicht exportiert werden konnten. Diese Beschränkung auf den Binnenmarkt wurde bereits im August 1946 wieder aufgehoben und schon im März 1947 wurde das Automobil-Kontingent auf 140.000 Fahrzeuge erhöht. Dennoch blieben Restriktionen in Kraft und die Rohstoffknappheit wurde immer mehr zum limitierenden Faktor. Siehe dazu: Mommsen: Volkswagenwerk, S.949-979.

³¹⁷ Die Zeit vom 14. März 1946.

³¹⁸ Wirtschaftsrevue vom 10. Mai. 1947.

*dass der Kraftfahrzeugbau aus Gründen der Gestehungskosten und der Preise sich nur langsam würde erholen können, erwiesen sich als völlig gegenstandslos. Genau das Gegenteil trat ein. Die Nachfrage wurde so stürmisch, schon wenige Wochen nach der Währungsreform, dass wir damals Lieferzeiten von 12 Monaten und mehr verzeichnen mussten.*³¹⁹ Daimler-Benz konnte die durchschnittliche Monatsproduktion an Pkw von 390 Wagen im Jahre 1948 auf 900 Wagen im Jahre 1949 und 2.800 Fahrzeuge im Folgejahr steigern.³²⁰ Die gesamte Automobilindustrie steigerte ihren Ausstoß in den Jahren 1948 bis 1950 von 30.000 Pkw auf 104.000 und schließlich auf 219.000 Stück. Bereits 1951 war mit einer Gesamtzahl von 276.000 in Westdeutschland produzierten Fahrzeugen das Produktionsniveau des gesamten Reichsgebiets von 1938 wieder erreicht.³²¹

Die Nachfolgeorganisation des RDA, der Verband der Automobilindustrie (VDA), war die treibende Kraft hinter den Bemühungen der Autoindustrie, das Kraftfahrzeug als Motor des Wiederaufbaus darzustellen. Mit zahlreichen Denkschriften und Studien versuchte der VDA, Einfluss auf die öffentliche Wahrnehmung des Automobils zu nehmen. Noch vor der Währungsreform, im April 1947, erschien ein Papier, welches das Verhältnis von produzierten Kraftfahrzeugen und angenommener Nachfrage thematisierte. Darin vertrat der VDA die Ansicht, dass der Wiederaufbau Deutschlands durch eine Unterversorgung der Wirtschaft mit Transportkapazitäten gefährdet sei. Aufgrund dieser provozierenden These wurde die Denkschrift in der Presse breit und zum Teil auch kontrovers diskutiert.³²² Die gedankliche Identifikation von Auto und Wiederaufstieg der deutschen Wirtschaft sollte helfen, partikulare Interessen der Kfz-Industrie als nationale Angelegenheit deklarieren zu können. Im Jahr 1950 veröffentlichte der VDA eine Studie unter dem Titel „Die Bedeutung der Kraftfahrzeug- und Kraftverkehrswirtschaft im Vereinigten Wirtschaftsgebiet“.³²³ Darin wurde erklärt, die Autoindustrie nehme *„eine wichtige Schlüsselstellung“* ein, denn die *„Förderung der Kraftfahrzeug- und Kraftverkehrswirtschaft [...] verhilft der Bevölkerung zu Arbeit und Einkommen. Die Produktion und die Instandhaltung von Kraftfahrzeugen haben*

³¹⁹ Geschäftsbericht der Daimler-Benz AG für den Berichtszeitraum 1948-50, S.1. Ein Exemplar befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Geschäftsberichte.

³²⁰ Die Zahlen stammen aus einer Rede von Generaldirektor Haspel vor der Presse in Frankfurt am 18. April 1951 anlässlich der ersten IAA der Nachkriegszeit, S.1. Das Manuskript der Rede befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Frankfurt 1951.

³²¹ 400.000 Autos in diesem Jahre, in: Handelsblatt vom 4. Juli 1952.

³²² Siehe zum Beispiel: Die Zeit vom 1. Mai 1947; oder: Wirtschaftsrevue vom 10. Mai 1947. Kritisch äußerte sich: Handelsblatt vom 17. April 1947. Wie groß der Bedarf an Automobilen tatsächlich war, belegt ein Artikel aus: Handelsblatt vom 22. August 1946. Darin heißt es lapidar: *„Auf einem Autofriedhof in der französischen Zone ergab eine Versteigerung von etwa 90 nicht fahrbereiten, unbereiften und zum Teil schon ausgeschlachteten Autos einen Erlös von 215.000 RM. Die versteigerten Autos besaßen einen Taxwert von rund 4.000 RM“*

³²³ Die Bedeutung der Kraftfahrzeug- und Kraftverkehrswirtschaft im Vereinigten Wirtschaftsgebiet, hg. vom VDA. Ein Exemplar dieser Studie befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Signatur D4,7.

wesentlichen Einfluss auf die Beschäftigungslage anderer Industrie- und Wirtschaftszweige. Die Steigerung des Kraftfahrzeugverkehrs verursacht die gleiche Wirkung.“³²⁴ Aufgrund dieser zentralen Funktion der Kfz-Branche für den Wohlstand der Nation sei die Autoindustrie „nach der Wirtschaftsdepression von 1929-1932 besonders gefördert“ worden, „um soziale Notstände zu beseitigen.“ Die Implikation dieser Bezugnahme auf das nationalsozialistische Motorisierungsprogramm war eindeutig – die Bundesregierung solle die Kfz-Branche unterstützen, um auf diese Weise das Gemeinwohl zu fördern. Gezielt griff die Industrie den Topos vom Fortschritt durch Motorisierung erneut auf, um die von den Nationalsozialisten geprägte Argumentationsfigur über Auto und Wohlstand in die Debatten der Nachkriegszeit einzubringen. Umfangreiches Zahlenmaterial über die Verflechtung der Automobilindustrie mit anderen Wirtschaftszweigen sollte den Zusammenhang von Autokonjunktur und Aufschwung untermauern.

Neben dem VDA war es vor allem der Allgemeine Deutsche Automobilclub (ADAC), der sich in der Rolle des Anwalts der Kraftfahrt sah und lautstark forderte, die Politik müsse der herausragenden Rolle des Automobils als Produktionsmittel stärker Rechnung tragen und solle eine motorisierungsfreundliche Haltung einnehmen.³²⁵ „Die Kraftfahrzeugdichte ist ein zuverlässiger Maßstab für den Lebensstandard eines Volkes“, hieß es in der clubeigenen Zeitschrift in Abwandlung des Hitler-Zitats, wonach in Zukunft die „Lebenshöhe“ eines Volkes an der „Kilometerzahl der für den Kraftverkehr geeigneten Straßen“ abzulesen sei.³²⁶ „Noch viel weitergehend steuert aber die Kraftfahrzeugdichte eines Landes den Pulsschlag der Wirtschaft“, so der Artikel in der „ADAC-Motorwelt“ weiter. „Die zweifellos gegebenen Zusammenhänge zwischen Fahrzeugdichte, Lebensstandart, Wirtschaftsintensität und Kraftfahrtbesteuerung eröffnen sehr bedenkliche Aussichten für die Auswirkungen des neuen Mineralölsteuergesetzes.“ Die „bedenklichen Aussichten“, von denen hier die Rede war, bezogen sich auf den wirtschaftlichen Aufschwung, den der ADAC durch eine von der

³²⁴ Ebd., S.5.

³²⁵ Der ADAC, einer der ältesten Automobilclubs und im „Dritten Reich“ gleichgeschaltet, wuchs in der Nachkriegszeit rasch zum bedeutendsten Automobilverband. Er verstand sich nach eigenem Bekunden als „Anwalt der Kraftfahrt“. 1949 waren nur 35.000 Mitglieder eingetragen, doch schon 1965 waren bereits knapp eine Million Mitglieder registriert. Es gibt keine fundierte Darstellung zur Geschichte des ADAC. Einen Überblick vermittelt die vom ehemaligen Verbandspräsidenten verfasste Darstellung **Bretz, Hans**: 50 Jahre Allgemeiner Deutscher Automobilclub im Dienste der Kraftfahrt, München 1953. Ebenfalls wenig brauchbar, weil einseitig aus der Perspektive eines marxistischen Geschichtsbildes sind **Krämer-Badoni, Thomas, Herbert Grymer und Marianne Rodenstein**: Zur sozio-ökonomischen Bedeutung des Automobils, Frankfurt/M 1971, zum ADAC insbesondere S.128-243.

³²⁶ ADAC-Motorwelt, 1951, Bd.4, H.2, S.4f. Das Hitler-Zitat stammt aus dessen Eröffnungsrede auf der IAMA 1933, abgedruckt in der Broschüre: Kraftfahrt tut not! Zwei Reden zur Eröffnung der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung in Berlin am 11. Februar 1933, S.10f. Die Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Berlin 1933.

Bundesregierung geplante Anhebung der Mineralölsteuer gefährdet sah.³²⁷ Damit wurde die Argumentationsfigur von der Schlüsselstellung der Autoindustrie gezielt genutzt, um Interessen der Kfz-Branche zu legitimieren. Die Identifikation des Automobils mit dem wirtschaftlichen Wiederaufbau wurde daher vor allem von der Kraftfahrtlobby in der Öffentlichkeit propagiert, die somit versuchte, aus dem von der NS-Propaganda geprägten Bild vom Auto als Konjunkturmotor politisches Kapital zu schlagen.³²⁸

Vor allem die erste Internationale Automobilausstellung (IAA) auf bundesrepublikanischem Gebiet im Jahre 1951 bot einen willkommenen Anlass für die Industrie, den behaupteten Zusammenhang von Auto und Wiederaufbau öffentlich zu reflektieren. Bemerkenswert ist dabei, wie eng die Spitzen der Industrie den Wiederaufbau der Autoindustrie mit dem allgemeinen Topos vom Aufbauwillen und besonderen Fleiß des deutschen Volkes assoziierten. Die Nachkriegsjahre seien ein *„zäher Kampf zwischen den sich auftürmenden Schwierigkeiten und dem Willen zum Leben“*, führte Wilhelm Vorwig, der Geschäftsführer des VDA, in einer Ansprache vor der versammelten deutschen und ausländischen Presse aus.³²⁹ Doch allen Widrigkeiten zum Trotz habe man in den Automobilfabriken *„mit ungebrochenem Mut gearbeitet“*, um das Schicksal zu bezwingen. Vorwig ließ hier den Gedanken der Schicksalsgemeinschaft anklingen und interpretierte den Erfolg der Autoindustrie als Ausdruck und Beleg für die noch immer ungebrochene Kraft des deutschen Volkes. *„Leistungen dieses Ausmaßes, wie sie in relativ kurzer Zeit, die hinter uns liegt und die uns zur Verfügung stand, erbracht worden sind, können nur Mannschaftsleistung sein, einer Arbeitsgemeinschaft, der ein starkes Zusammengehörigkeitsgefühl eigen ist und die bereit ist, auch die letzte Kraft daran zu setzen, um dem Unmöglichen das Mögliche abzurufen.“* Deutlich sind in diesen Äußerungen die Reste der tradierten Gemeinschaftsideologie zu erkennen, die als Fundament des wirtschaftlichen Erfolges dargestellt wurde. Somit konnte die Entwicklung der Kfz-Branche im Rahmen der Erfolgserzählung des Wirtschaftswunders interpretiert werden. VDA-Präsident Max

³²⁷ Für einen konzisen Überblick über fünf Jahrzehnte bundesdeutscher Verkehrspolitik siehe **Klenke, Dietmar:** „Freier Stau für freie Bürger“. Die Geschichte der bundesdeutschen Verkehrspolitik 1949-1994, Darmstadt 1995.

³²⁸ Den Einfluss der Automobilindustrie auf die öffentliche Wahrnehmung des Automobils untersucht aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht **Fecht, Udo:** Die Pressearbeit der deutschen Automobilindustrie, Münster 1999. Anhand von empirischem Material aus den 90er-Jahren untersucht Fecht die Verflechtungen unternehmerischer Öffentlichkeitsarbeit und journalistischer Berichterstattung, wobei es ihm um „Voraussetzungen, Mechanismen und Anschließbarkeitskriterien kognitiver und kommunikativer Wirklichkeitskonstruktion“ geht. Den Einfluss der Automobilindustrie auf die öffentliche Meinung ausgehend von Werbeanzeigen in Printmedien in der Schweiz untersuchen **Huguenin, Raphael D., Martin Bauer und Karin Mayerhofer:** Das Automobil in den Massenmedien. Der Einfluss auf die Sicherheitseinstellung, Bern 1985.

³²⁹ Ausführungen des Geschäftsführers des VDA, Wilhelm Vorwig, bei der Presse-Vorbesichtigung der Internationalen Automobilausstellung 1951, S.1f. Eine Abschrift des Redemanuskripts befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Haspel, Messen und Ausstellungen.

Thoennissen hob in seiner Eröffnungsrede wenige Tage später die besonderen Kräfte, welche die Not seiner Ansicht nach mobilisiert habe, hervor.³³⁰ Die Arbeiterschaft, die „tüchtigen Ingenieure und die wagemutigen Kaufleute“ hätten mit „eisernem Willen zur Selbstbehauptung [...] eine Produktionssteigerung von 7.000 Fahrzeugen im Jahre 1945 auf über 306.000 Einheiten im Jahre 1950“ erreicht. Dieser Erfolg belege, dass die Not „die guten Kräfte mobilisiert“ habe, „die das deutsche Volk sammelten und es zum Wiederaufbau aus äußerer Zerstörung und innerem Verfall aufriefen. [...] Wir hoffen“, schloss Thoennissen, „dass Ihnen diese Ausstellung einen Eindruck vermittelt von den Kräften, die hinter dieser Leistung stehen.“³³¹ Hier verschmolzen nationale Stereotype mit Konjunkturbildern und die Kraftfahrtlobby stilisierte sich zum leuchtenden Beispiel deutscher Tugenden.

In der öffentlichen Inszenierung des Autos durch den VDA und die Verbände wurde das Kraftfahrzeug damit zu einem Symbol für den Aufbruch aus den Trümmern des Krieges. Der enge Zusammenhang von Autoindustrie und Wiederaufbau wurde auf diese Art im Bild des deutschen Wagens als Aushängeschild eines wiedererwachten „Made in Germany“ popularisiert und im Deutungshaushalt der Bundesrepublik verankert. Das Auto sei zum „Symbol neudeutscher Sinnstiftung“ geworden, argumentiert Dietmar Klenke. Es verkörpere die Tugenden einer neuen, auf Leistung und Erwerb orientierten Gesellschaft.³³² Das Auto gleichsam als Vehikel des Aufbruchs in neue Zeiten, als ein mit Händen greifbares Substrat für das gesellschaftspolitische Leitbild der sozialen Marktwirtschaft. Es war vor allem das Volkswagenwerk, das rasch zu einem besonders populären Symbol für Deutschlands Wiederaufstieg im Zeichen der Marktwirtschaft avancierte und daher die nationalen Stereotype des Nachkriegsdeutschlands bündelte. So waren die Produktionsjubiläen stets öffentliche Anlässe, die mit viel Pomp und unter großer Aufmerksamkeit der Presse vollzogen wurden. Schließlich zeigte sich hier eindrucklich, in welchem rasantem Tempo der Wiederaufbau voranschritt. Und es sollte auch gezeigt werden, dass ein neuer Geist in den Werkshallen Einzug gehalten habe. Im Bericht über die Zeremonie für den 10.000sten Wagen versuchte Jan Molitor in der „Zeit“ die Stimmung in Wolfsburg zu umschreiben: „Nun ja,

³³⁰ Ansprache des 1. Vorsitzenden des VDA, Max Thoennissen, zur Eröffnung der Internationalen Automobilausstellung am 19. April 1951. Eine Abschrift des Redemanuskripts befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Haspel, Messen und Ausstellungen.

³³¹ Ebd., S.4.

³³² **Klenke, Dietmar:** Die deutsche Katastrophe und das Automobil. Zur „Heils“geschichte eines nationalen Kultobjekts in den Jahren des Wiederaufstiegs, in: Michael Salewski und Ilona Stölken-Fitschgen (Hrsg.): Moderne Zeiten. Technik und Zeitgeist im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart 1994, S.157-173. Zu den sozialhistorischen Rahmenbedingungen der wirtschaftlichen Prosperität der Nachkriegsjahrzehnte siehe **Kaelble, Hartmut (Hrsg.):** Der Boom 1948-1973. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Folgen in der Bundesrepublik Deutschland und in Europa, Opladen 1992.

was soll der Mann zu Füßen der Pforte [die Pforte befindet sich am Ende des Fließbandes von dem der Wagen rollt, dort steht Generaldirektor Nordhoff] – was soll er schon reden? Das Übliche, natürlich, das Übliche. [...] Da sieht man wie die Werkleute einander zublinzeln und mit den Ellenbogen anstoßen. Das kommt, weil es gar nicht einfach ist, im Volkswagenwerk bei Fallersleben, wo einst ungezählte hohle Phrasen erklangen, eine Rede zu halten! [...] Die Maschinen kreischten, hämmerten, fauchten – wild entschlossen, die nächsten 20.000 Volkswagen in Angriff zu nehmen. Keine Trompete hatte geschmettert, kein Tusch war ertönt... ‚Besser so‘, sagten die Arbeiter [...] Es waren noch einige vorhanden, die die große Feier im Mai 1938 mitgemacht hatten [die Feier zur Grundsteinlegung] Sie erinnern sich, wie damals hier geschmettert, getönt, kommandiert, gepriesen und gelogen wurde. Aber nun ist da ein neuer Generaldirektor gekommen. Ein phrasenloser, ehrlicher, sachlicher Mann.³³³ Es war eben dieser unideologische Pragmatismus, der als neues Ideal einer desillusionierten Generation galt. Statt politischer Trompetentöne war nur das Hämmern und Kreischen der Maschinen zu hören. Keine „hohlen Phrasen“ mehr, sondern nüchterner Arbeitswille und das Streben nach privatem Konsumglück.³³⁴

Für die Feier aus Anlass der Fertigstellung des 500.000sten Volkswagens hatte die Werksleitung als besondere Attraktion eine Art Auto-Roulette erfunden. *„An Stelle des Nummernkessels beim Original-Roulette drehte sich eine Scheibe mit zehn numerierten Volkswagen. In entgegengesetzter Richtung umfuhr den Kessel ein anderer Volkswagen, der einen Lederball, die Roulettekugel, mit dem Pulverdruck einer Jagdpatrone aus einem Rohr abschoss. Die Nummer des Wagens, in dessen Kugelfang der Ball rollte, war die Glücksnummer. Durch zwei-, drei-, beziehungsweise viermaliges Abschießen der Kugel wurden die Losendnummern ausgespielt. [...] Jeder Betriebsangehörige des Volkswagenwerks hatte ein Los gezogen. 25.000 Tribünenplätze rund um die Roulette-Anlage reichten nicht aus. 60.000 Bürger aus der Volkswagenstadt Wolfsburg umlagerten das Riesenspielzeug.“*³³⁵ Das Volkswagenwerk als überdimensionierte Spielbank der Bundesrepublik – besser hätte die Verheißung von Glück und Wohlstand wohl kaum zum Ausdruck gebracht werden können. „Der Spiegel“ brachte unter der Schlagzeile „In König

³³³ Jan Molitor: People's Car auf neuen Wegen, in: Die Zeit vom 29. Januar 1948.

³³⁴ Dass dieses Bild allerdings nicht in vollem Umfang mit der Realität im Werk übereinstimmte, zeigte exemplarisch ein Vorfall, der sich am 17. Juni 1947 zutrug und über den in einer internen Betriebsmitteilung berichtet wurde, *„dass beim Erklingen eines Musikstückes von Carl Maria v. Weber, welches die Melodie des Deutschlandliedes enthielt, einige Werksangehörige durch Aufstehen und Erheben ihres Armes geglaubt haben, sich zu dem verschwundenen Regime bekennen zu müssen.“* Ein Exemplar der vom Werksdirektor unterzeichneten Mitteilung befindet sich im Unternehmensarchiv der Volkswagen AG, Zugang 69, Nr.216/2. Für eine mentalitäts- und kulturgeschichtliche Betrachtung des Nachkriegsjahrzehnts in Deutschland siehe **Naumann, Klaus (Hrsg.):** Nachkrieg in Deutschland, Hamburg 2001. Ähnlich ist **Schissler, Hanna:** The Miracle Years. A Cultural History of West Germany 1949-1968, Princeton und Oxford 2001.

³³⁵ Der Spiegel vom 15. Juli 1953, S.3.

Nordhoffs Reich“ eine Titelgeschichte über das Werk und seinen Generaldirektor.³³⁶ In Anspielung auf dessen Vorstellungen einer christlichen Unternehmensethik wurde Nordhoff mit seinem Wahlspruch aus der Bibel zitiert: *„Der Psalmist sagt, die Erde ist ein Jammertal und eine dürre Weide. Wohl dem, der hingeht und Brunnen baut.“* Und der Spiegel-Autor merkt im Hinblick auf betriebliche Sozialleistungen an: *„Heinz Nordhoff baute seinen Brunnen mit den Mitteln des Volkswagenwerks“.*³³⁷ Wie bereits vor 1945 wurde das Werk am Mittellandkanal nun erneut zum nationalen Musterbetrieb, der die Richtung des gesellschaftlichen Fortschritts plakativ verdeutlichen sollte.

So wie das Werk für viele Deutsche Zusammenbruch und Wiederaufbau in symbolisch verdichteter Form darstellte, wurde auch der Volkswagen selbst zum Zeichen für die gemeinsam durchlittene und durchlebte Vergangenheit.³³⁸ Der gewundene Werdegang des Volkswagens erschien vielen Deutschen als das Sinnbild der eigenen Biographie. Die „Motor-Rundschau“ schrieb über einen VW-Käfer namens „Vinzenz“, der hier nicht nur stellvertretend für die Geschichte des Volkswagens stand, sondern darüber hinaus zum Symbol für den Weg der deutschen Nation wurde. *„Man soll einem Menschen nicht die schlechten Manieren seiner Vergangenheit zum Vorwurf machen, wenn er sich innerlich und äußerlich geläutert und gewandelt, heute als wohlerzogener junger Mann präsentiert. Bei Vinzenz ist es genau so: vor dem Krieg stand er nur auf dem Papier, betrog die Menschen um ihre Ersparnisse und machte eine gewaltige Propaganda. Während des Krieges wurde er Soldat, erwies sich als treuer Kamerad und machte Dienst in Frankreich, Russland und Afrika. Weder die Kälte im Osten, noch die Hitze im Wüstensand schadeten seiner urgesunden Konstitution. Nach dem Krieg lief er lange in einem armseligen Habitus herum, ganz der Prototyp der deutschen Nachkriegsarmut [...] Nun, nach der Währungsreform, der großen Wunder, erscheint er geschniegelt und gebügelt, mit wirklich guten Manieren und somit ganz: junger Mann aus guten Hause.“*³³⁹ Hier finden sich alle Stationen der jüngeren deutschen Geschichte und das Selbstbild eines Großteils der Bevölkerung: von der Propaganda der Nationalsozialisten betrogen und in einen Krieg geschickt, in dem jeder dennoch seinen Anstand behalten zu haben meinte. Die Not der Nachkriegszeit wurde hier am Beispiel des Autos „Vinzenz“ ebenso reflektiert wie der Wiederaufstieg nach der Währungsreform. Und bei all dem herrschte das Gefühl vor, der Deutsche konnte ebenso wie

³³⁶ Der Spiegel vom 10. August 1955, S.16-27.

³³⁷ Ebd., S.23.

³³⁸ Eine Skizze der gewandelten symbolischen Bedeutung des Volkswagens gibt **Schütz, Erhard**: Der Volkswagen, in: Etienne Francois und Hagen Schulze (Hrsg.): Deutsche Erinnerungsorte, München 2001, S.352-369.

³³⁹ Motor-Rundschau, 1949, Bd.3, S.563.

der Volkswagen nichts für das, was da mit ihm geschehen war. So unpolitisch wie die Technik, so unschuldig war man selbst.³⁴⁰ Schließlich kam man ja aus „gutem Hause“. Auch „Der Stern“ befand, es gebe eindeutige Parallelen zwischen den Deutschen und ihrem Volkswagen. Die dem Wagen angedichteten Tugenden und Eigenschaften lassen nur zu deutlich das Selbstbild des Nachkriegsdeutschen durchschimmern. Gehärtet vom Schicksal hatte man sich ein Stückchen Anerkennung und Wohlstand mühsam erarbeitet. *„Der VW-Kübel wurde der zuverlässigste Kamerad des deutschen Soldaten. Hinterher war er der erste ‚Kriegsverbrecher‘, der entnazifiziert wurde. Er zog sich wieder die Limousine an, die Besatzungssoldaten verliebten sich in ihn, Wolfsburg erhielt Blech und Lizenz zum Wiederaufbau. Seine geländegängige Konstruktion und die Fronterfahrung machten ihn besonders geeignet für das noch etwas unebene Nachkriegsdeutschland. Damit erwarb er sich seinen unerschütterlichen Ruf.“*³⁴¹

³⁴⁰ Zur Entpolitisierung des Volkswagens siehe auch: Motor-Rundschau, 1948, Bd.2, S.33: *„Die Schöpfung des Volkswagens und des Volkswagenwerkes [...] sind technische Kunstwerke, vergleichbar überragenden Schöpfungen anderer Künstler, Maler oder Bildhauer; Schöpfungen, die ihren Wert in sich tragen, unabhängig davon, ob ihre Entstehung durch die Laune oder den Befehl eines Tyrannen oder durch die Prunksucht eines verschwenderischen gekrönten Hauptes gefördert wurde. Schätzen wir allein die Leistung des Konstrukteurs und seiner Mitarbeiter, der Erbauer der Werksanlage, die Mitarbeit der Rohstoff und Zubehör liefernden deutschen Industrie und das Geschick der Belegschaft ein, dann können wir den Begriff Volkswagen ebenso gut definieren als den Wagen, den das deutsche werktätige Volk hervorgebracht hat, kurzum als eine andere Fassung des ‚made in Germany‘.“*

³⁴¹ Ist der VW veraltet? in: Der Stern vom 26. Oktober 1957, S.54-61, Zitat auf S.56.

3.1.2. Zögerliche Verkehrspolitik und steigende Motorisierungsdichte – Das Automobil wird zum Politikum

Die Identifikation von Auto und Nation wurde im ersten Nachkriegsjahrzehnt von der Kraftfahrtlobby propagiert und über die Verbände mit ihren Presseorganen verbreitet. Das Bild vom Automobil als Motor des Wiederaufbaus richtete sich dabei primär gegen staatliche Eingriffe und Beschränkungen der Kraftverkehrswirtschaft. Doch die Forderungen der Autolobby blieben in der Regel unbeachtet. Auf der politischen Agenda der späten 40er- und frühen 50er-Jahre rangierte das Auto eher an nachgeordneter Stelle, ein Motorisierungsprogramm, vergleichbar mit dem der Nationalsozialisten, existierte nicht.³⁴² Das Gegenteil schien der Fall, denn die Regierung betrachtete das Auto wenn überhaupt vor allem als Steuerquelle. Zweimal wurde zwischen Januar 1950 und Juni 1951 die Mineralölsteuer erhöht, so dass der Benzinpreis von 40 auf insgesamt 68 Pfennig stieg. Zudem mussten Autofahrer auch wieder die von den Nationalsozialisten abgeschaffte Kfz-Steuer entrichten.³⁴³ Die Zeitschrift „Der Spiegel“ rechnete vor, dass der Verkehr mit Steuern und Abgaben in Höhe von 752 Millionen Deutschen Mark jährlich belastet werde, was mehr als der Hälfte des Lohnsteueraufkommens aller Bundesländer entspreche.³⁴⁴ Beim Thema Straßenbau zeichnete sich ein ähnliches Bild ab. Schwerpunkt der Straßenbaupolitik des Bundes war in den späten 40er- und frühen 50er-Jahren der Wiederaufbau des Verkehrswesens und die zumindest notdürftige Rekonstruktion der Verkehrswege.³⁴⁵ Seit 1951 war das bundesdeutsche Straßennetz daher nur geringfügig gewachsen, von 127.553 Kilometern auf 129.238 Kilometer im Jahr 1955, während sich das Verkehrsaufkommen im selben Zeitraum mehr als verdoppelt hatte.³⁴⁶ Hinzu kam, dass das vorhandene Straßennetz der Bundesrepublik streckenweise in sehr bedenklichem Zustand war. In den Kriegs- und Nachkriegsjahren hatte das Geld für Instandsetzung und Erhaltung der Straßen gefehlt, so dass die Fahrbahnoberfläche mittlerweile in erheblichem Umfang beschädigt oder zerstört

³⁴² Einen fundierten Überblick über die bundesdeutsche Verkehrspolitik gibt **Klenke, Dietmar**: Bundesdeutsche Verkehrspolitik und Motorisierung. Konfliktreiche Weichenstellungen in den Jahren des Wiederaufstiegs, Stuttgart 1993. Abweichend davon ist **Südbeck, Thomas**: Motorisierung, Verkehrsentwicklung und Verkehrspolitik in der Bundesrepublik Deutschland der 1950er Jahre. Zwei Beispiele: Hamburg und das Emsland, Diss., Hamburg 1992.

³⁴³ Siehe dazu: Klenke: Stau, S.1-35.

³⁴⁴ Nahezu gesättigt, in: Der Spiegel vom 12. September 1951, S.6f.

³⁴⁵ Zur Verkehrspolitik auf lokaler Ebene am Beispiel des Straßenbaus im Freistaat Bayern siehe **Gall, Alexander**: „Gute Straßen bis ins kleinste Dorf“. Verkehrspolitik in Bayern zwischen Wiederaufbau und Ölkrise, Frankfurt/M 2005.

³⁴⁶ Die Angaben stammen aus **Hartenstein, Wolfgang und Klaus Liepelt**: Man auf der Straße. Eine verkehrssoziologische Untersuchung, Bonn 1961, S.12.

war.³⁴⁷ In Baden-Württemberg waren 90% des Straßennetzes durch Frostschäden bedroht oder bereits in Mitleidenschaft gezogen worden. Daimler-Benz pries im Hinblick auf die Gefährdung durch Straßenschäden die Solidität seiner Autos mit dem Slogan an: *„Wagen von morgen für die Straßen von gestern“*.³⁴⁸

Die Kraftfahrtlobby attackierte diese Verkehrspolitik der Bundesregierung als rückwärtsgewandt und gegen die Interessen der Allgemeinheit gerichtet. Dabei nutzte sie das Bild vom Auto als Motor des Aufschwungs, um eine motorisierungsfreundliche Politik als nationale Angelegenheit darzustellen. Es waren vor allem die Automobilverbände, die das Vorgehen der Bundesregierung lautstark als Rückfall in eben jene Zeiten darstellten, in denen das Automobil noch als entbehrliches Luxusgut galt. Der Besitz eines Kraftwagens sei jedoch kein Luxus, betonte die „ADAC-Motorwelt“ in einem von zahlreichen Artikeln, die sich gegen die Steuerpläne der Regierung wandten. *„Diesen Hemmschuh der Motorisierung glaubten wir glücklich überwunden zu haben“*, hieß es im Hinblick auf eine diskutierte Luxussteuer auf Kraftfahrzeuge.³⁴⁹ Eine Verteuerung des Autofahrens hätte zur Folge, dass die erhöhten Transportkosten auf die Preise umgelegt würden, was wiederum eine negative Auswirkung auf die Gesamtkonjunktur haben könne. *„Wir wünschen die Einsicht“*, folgerte der ADAC aus dieser Argumentation, *„dass das Kraftfahrzeug eines der wertvollsten Instrumente der deutschen Wirtschaft überhaupt ist.“*³⁵⁰ Es sei nicht mehr zeitgemäß, die

³⁴⁷ Während die Bundesregierung im Jahr 1953 insgesamt rund 660 Millionen Deutsche Mark für den Wohnungsbau bereitstellte, investierte sie im gleichen Zeitraum 213 Millionen Mark in den Ausbau und Erhalt von Bundesstraßen und Autobahnen. Zugleich wuchs das Verkehrsaufkommen dramatisch. Allein im Bereich des Güterfernverkehrs wuchs die Beförderungsleistung zwischen 1951 und 1954 von 100% auf 210%, während die Beförderungsleistung der Bahn im selben Zeitraum von 100% auf 95% sank. Die Angaben sind entnommen aus: Der Spiegel vom 23. März 1955, S.14.

³⁴⁸ Die Angaben zu den Straßenverhältnissen sowie der Mercedes-Slogan sind entnommen aus: Hobby, 1956, H.3, S.16. Dass die Öffentlichkeit sich für das Thema Straßenbau interessierte, belegen die zahlreichen Berichte zu diesem Thema in den damals viel gelesenen Illustrierten. So beispielsweise in: Quick vom 16. April 1955 unter dem Titel: „So sterben Deutschlands Straßen“. Angesichts des Zustandes der Fahrbahnen war von einer *„Verkehrskatastrophe“* die Rede und vom *„Tod der Straßen“*. Ähnlich: Alle Jahre wieder Frostaufbrüche, in: Hobby, 1956, H.3, S.15-20. Auf ironische Weise beschäftigte sich Lorient in einer Kolumne mit den Verkehrsverhältnissen vor allem in den Innenstädten: *„Mit stolzer Genugtuung erfüllt uns gequälte Kraftfahrzeugbesitzer die Nachricht, dass behördlicherseits erwogen wird, die Bürgersteige zum Parken freizugeben. Endlich nähert man sich einer konstruktiven Lösung des Fußgängerunwesens. Wer aufmerksam die verkehrstechnische Entwicklung der letzten Jahrzehnte verfolgte, wird mit Bestürzung feststellen müssen, wie rücksichtslos sich die Fußgänger mehr und mehr in den Straßenverkehr einmischten. Durch raffiniertes Aufstellen von Verbotsschildern, Errichten heimtückischer Lichtsignale und nicht zuletzt durch das Anlegen zahlreicher Bürgersteige verrieten sie ihre Entschlossenheit, die Motorisierung dem Untergang preiszugeben. Es mag unglaublich klingen, aber in verschiedenen Großstädten verschaffen sie sich mit Hilfe sogenannter Zebrastreifen gewaltsam Zutritt zu stark befahrenen Hauptverkehrsstraßen. Als sich schon in Anfällen tiefer Depression viele Automobilisten entschlossen, in das Lager der Fußgänger zu desertieren, erreichte sie die oben erwähnte Nachricht, die zu neuer Hoffnung berechtigt. Wir wollen dankbar sein, aber falscher Weichheit keinen Raum geben. Schließlich steht dem Fußgänger eine Welt offen, die dem Automobil verschlossen ist: Treppen, Bahndämme, Bootsstege, Kleingärten, Sümpfe und Sackgassen. Die Straße ist unser. Wir Kraftfahrer können zwar nicht mehr laufen, aber wir haben auch unseren Stolz!“* In: Quick vom 27. Juni 1959, S.2.

³⁴⁹ ADAC-Motorwelt, 1950, Bd.3, H.11, S.7f.

³⁵⁰ Ebd., H.12, S.5.

Anliegen der Kraftfahrt als Partikularinteressen einer Minderheit wohlhabender Bürger zu sehen. Die starke Nachfrage nach Kraftfahrzeugen bewiese, dass das Auto heutzutage die geschäftliche Grundlage für viele Menschen sei. *„Die öffentliche Meinung muss hier in Deutschland geändert werden. Ein Automobil ist kein Luxusgegenstand, sondern notwendiges Werkzeug für den Wiederaufbau der Wirtschaft“*, resümierte der „Industriekurier“.³⁵¹

Die öffentliche Meinung nahm zu diesem Zeitpunkt allerdings kaum Notiz vom Automobil. Wirtschaftliche Not und schlechte Wohnverhältnisse beschäftigten die Deutschen mehr als der Wunsch nach einem Automobil.³⁵² Zu diesem Ergebnis kam das Emnid-Institut in einer 1949 durchgeführten Studie zum Thema „Motorisierung und Öffentlichkeit“. Die Auswertung der Umfrageergebnisse habe ergeben, so die Studie, *„dass das Kraftfahrzeug nicht mehr als Allgemeingut und die Motorisierung nicht mehr als Allgemeininteresse angesehen wird, sondern dass sich mit dem Kreis der Kraftfahrzeugbesitzer auch der Radius des Interesses an der Motorisierung [...] verengt hat.“*³⁵³ Anders als die Interessenvertreter der Autoindustrie war die Mehrheit der Bevölkerung von der nationalen Bedeutung des Kraftfahrzeugs also nicht überzeugt und lehnte eine Sonderbehandlung der Kfz-Industrie ab. Laut einer Umfrage des Allensbacher Instituts für Demoskopie aus dem Jahr 1954 befürworteten sogar 62% der Bundesbürger die Einführung einer Luxussteuer auf Automobile.³⁵⁴ Diese Einstellung der Bevölkerung vermag kaum zu verwundern, wenn man sich vor Augen hält, dass im selben Jahr auf einen Kraftfahrzeugbesitzer gut 33 nicht-motorisierte Bundesbürger kamen.³⁵⁵ Die Autolobby schien in der breiten Bevölkerung keinen besonders großen Rückhalt zu haben und vermochte die Mehrheit der Bevölkerung nicht für ihr Anliegen zu mobilisieren.

Dies sollte sich jedoch schon bald ändern. Mit steigendem Verkehrsaufkommen wuchs auch die gesellschaftspolitische Bedeutung des Automobils. In den Jahren zwischen 1953 und 1957 verdreifachte sich der Gesamtbestand an Pkw von 1,1 Millionen auf 3,5 Millionen Stück, der Gesamtbestand an Kraftfahrzeugen stieg bis 1957 auf über 6 Millionen an.³⁵⁶ Etwa im selben Zeitraum wuchs das Produktionsniveau der Automobilindustrie dreimal so stark wie die deutsche Volkswirtschaft insgesamt.³⁵⁷ 1958 publizierte der Mineralölkonzern Shell die erste seiner dann regelmäßig erscheinenden Prognosen über die Entwicklung des Pkw-Bestandes in

³⁵¹ Industriekurier vom 12. Juli 1949.

³⁵² Einen facettenreichen Einblick in die Entwicklung der bundesrepublikanischen Kultur und Mentalität gibt **Faulstich, Werner (Hrsg.):** Die Kultur der fünfziger Jahre, München 2002.

³⁵³ Motorisierung und Öffentlichkeit. Eine Untersuchung der Emnid auf der Basis der Meinungsforschung, S.5. Der VDA ließ seinen Mitglieder mit Schreiben vom 26. Juli 1949 je eine Abschrift der Studie zukommen. Ein Exemplar befindet sich im BMW Konzernarchiv, Signatur UA 61.

³⁵⁴ **Institut für Demoskopie Allensbach:** Jahrbuch der Öffentlichen Meinung, hg. von Elisabeth Noelle und Erich P. Neumann, Bd.1, Allensbach 1956, S.214.

³⁵⁵ Prognose des Kraftfahrzeugbestandes bis 1975, hg. von der Shell AG, Hamburg 1961, S.1.

³⁵⁶ Ebd.

³⁵⁷ **Möser, Kurt:** Geschichte des Autos, Frankfurt/M und New York 2002, S.194.

Westdeutschland unter dem alarmistischen Titel „Motorisierung ohne Raum“. Darin prognostizierten die Verfasser ein Anwachsen des Pkw-Bestandes um 40% in den folgenden zehn Jahren. Doch nicht nur die Zahl der Autos insgesamt werde steigen, so die Shell AG, sondern auch die pro Wagen gefahrene Kilometerzahl werde zunehmen, weshalb man mit einer Vergrößerung des Verkehrsaufkommens um insgesamt 70% rechne.³⁵⁸ Der Verkehr auf Deutschlands Straßen wurde also dichter. Das steigende Verkehrsaufkommen in Verbindung mit der reaktiven Straßenbaupolitik der Bundesregierung ließ etwa ab Mitte der 50er-Jahre eine Situation entstehen, die von der Öffentlichkeit als Verkehrskrise erlebt wurde.

Mit dem stetig wachsenden Verkehr auf Deutschlands Straßen wurde das Kraftfahrzeug zu einem Politikum. Auch wenn mehrheitlich noch eine motorisierungsskeptische beziehungsweise abwartende Haltung zu beobachten war und sich nur ein kleiner Teil der Bundesbürger mit der Position der Autoverbände identifizierte, so brachte die Phase ab Anfang der 50er-Jahre doch einen erheblichen Bedeutungszuwachs für das Automobil als Gegenstand gesellschaftspolitischer Auseinandersetzungen. In der Wahrnehmung der Bundesbürger gewann die sich anbahnende Verkehrskrise gegenüber anderen Themen an Wichtigkeit. Im Zentrum der öffentlichen Aufmerksamkeit stand dabei das Thema Unfall. Auf die Frage, worüber man sich in der vergangenen Woche mit anderen Menschen unterhalten habe, gab jeder zweite Bundesbürger an, mit Nachbarn, Kollegen oder Freunden über die wachsende Zahl der Verkehrsunfälle diskutiert zu haben.³⁵⁹ Vor allem in den Städten konnte man auch als Radfahrer oder Fußgänger schnell in einen Verkehrsunfall verwickelt werden, zumal seit 1952 alle Geschwindigkeitsbeschränkungen weggefallen waren und auch innerorts so schnell gefahren werden durfte, wie es der Einzelne für richtig hielt. Bei insgesamt 567.586 Verkehrsunfällen im Jahre 1955 kamen 12.296 Menschen ums Leben, knapp die Hälfte davon Radfahrer und Fußgänger.³⁶⁰ In Städten wie Köln oder Duisburg hatte sich die Zahl der Unfälle binnen zwei Jahren nahezu verdoppelt. Angesichts solch enorm hoher Todeszahlen spielte es für die öffentliche Meinung kaum eine Rolle, dass die Zahl der Verkehrsunfälle lediglich proportional zum Verkehrsaufkommen gestiegen war. Das Thema erregte die Gemüter. Anfang der 50er-Jahre waren es in erster Linie die Illustrierten, die das Thema Unfall und Tod im Straßenverkehr aufgriffen. In Artikeln wie „Halt dem Verkehrstod“, „Der Tod fährt mit“ oder „Motorisierter Tod“ wurde mit der Schilderung

³⁵⁸ Motorisierung ohne Raum, hg. von der Deutschen Shell AG, Erdöl Nachrichten Nr. 131/1958, Hamburg 1958.

³⁵⁹ **Institut für Demoskopie Allensbach:** Jahrbuch der Öffentlichen Meinung, hg. von Elisabeth Noelle und Erich P. Neumann, Bd.3, Allensbach 1965, S.246ff.

³⁶⁰ Der Spiegel vom 17. Oktober 1956, S.23.

persönlicher Schicksale versucht, den Verkehrsoptern ein Gesicht und eine Geschichte zu geben.³⁶¹

In dem Maße, in dem der Verkehrsunfall zum Gegenstand der öffentlichen Auseinandersetzung wurde, begannen auch die Motorzeitschriften, das Thema aufzugreifen. Deren teilweise wütender Protest richtete sich in erster Linie gegen eine seit 1956 diskutierte Geschwindigkeitsbegrenzung von 50 Stundenkilometern innerhalb geschlossener Ortschaften. Dabei bestritten die Autojournalisten einen Zusammenhang zwischen Geschwindigkeit und Unfallhäufigkeit und machten für die steigende Zahl der Verkehrstoten schlechte Straßenverhältnisse oder Fehlverhalten von Fußgängern und Radfahrern als Ursache aus. Mitte der 50er-Jahre war die Motorpresse voll von Artikeln, in denen die von der Regierung geplanten Maßnahmen zur Unfallverhütung als obrigkeitsstaatliche Bevormundung dargestellt wurden. Der ADAC-Vizepräsident Hans Bretz vertrat öffentlich die Meinung, wenn der Staat ein Tempolimit erlasse, dann müsse er auch das Schwimmen verbieten, immerhin kämen jedes Jahr einige Hundert Menschen bei Badeunfällen um. *„Er [der Staat] reglementiert oder verbietet auch nicht den Genuss von Alkohol, obwohl jährlich eine große Anzahl von Menschen an Alkoholvergiftung sterben, aber das Autofahren will er reglementieren, weil dabei Menschen sterben.“* Der *„Fortschritt der Zivilisation“* koste Opfer, so Bretz. *„Das ist die schmerzliche Kehrseite, aber man sollte sie nicht dramatisieren.“*³⁶² Auch die liberale Wochenzeitung *„Die Zeit“* wandte sich vehement gegen staatliche Eingriffe. *„Seit fünfzig Jahren macht sich alle Welt lustig über das deutsche Allheilmittel: 'Wird verboten!' Aber wir? [...] Ein paar Einsichtige müsste es doch geben, die Disziplin um jeden Preis noch nicht über alles, über alles in der Welt stellen.“*³⁶³ Auch die politische Presse griff das Thema der Verkehrsunfälle auf. *„Der Spiegel“* brachte 1956 sogar eine Titelgeschichte zum Tempolimit heraus, ohne in der Frage jedoch so einseitig Position zu beziehen, wie es die Motorpresse tat.³⁶⁴

³⁶¹ Siehe zum Beispiel: Quick vom 1. Juni 1952, S.2f; Stern vom 11. April 1954, S.6-9; Hobby, 1953, H.12, S.40-43.

³⁶² Der Spiegel vom 17. Oktober 1956, S.24.

³⁶³ Die Zeit vom 5. August 1958. Während die großen Zeitungen weitgehend neutral über die Frage einer möglichen Geschwindigkeitsbegrenzung berichteten, bezog die Zeit-Redaktion schon früh eindeutig Stellung. In einem Artikel in der Ausgabe vom 15. Mai 1959 heißt es zum Verhältnis von Staat und Autofahrer: *„Die Art und Weise, wie Autofahrer von ‚der Obrigkeit‘ – dem kleinen Polizeiwachtmeister wie den großen Ministerien – behandelt werden, spottet jeder Beschreibung. Die völlige Hilflosigkeit der Autofahrer gegenüber immer neuen Verboten und Anordnungen zeigt, wie wenig sich die bestehenden Autoclubs als Fürsprecher der Kraftfahrt betrachten.“* Und zum Tempolimit heißt es weiter: *„Wollten wir denn wirklich, dass die herrlichen großen Wagen – die Mercedes und Opel, die Ford und BMW, die Porsche und Borgward, die schnellen Sportwagen und die chromglänzenden Amerikaner [...] dass alle diese Autos nicht mehr gebaut und nicht mehr gefahren werden dürfen? Denn wem wäre es wohl zuzumuten, dass er sich ein Rennpferd kauft, um damit Mist zu karren, dass er mit einem schnellen Wagen sich von jedem einigermaßen trainierten Radfahrer überholen lässt?“*

³⁶⁴ Geschwindigkeitsbeschränkung. Nächstes Jahr langsamer, in: Der Spiegel vom 17. Oktober 1956, S.22-31.

Die gesellschaftliche Diskussion über die Unfallproblematik verdeutlichte nicht nur die gestiegene Relevanz des Automobils, sie setzte auch die Politik unter Handlungsdruck. Die Bundesregierung, die bis dahin in einer Haltung des verkehrspolitischen Attentismus verharret hatte, unternahm Mitte der 50er-Jahre erstmals energisch den Versuch, der Verkehrskrise Herr zu werden. Auf Drängen des Finanzministers Schäffer, der seinen Haushalt durch das Bundesbahndefizit in zunehmendem Maße belastet sah, entschloss sich Bundesverkehrsminister Hans-Christoph Seebohm zu einer verkehrspolitischen Grundsatzentscheidung. Anstatt aber der Bahn einen höheren Zuschuss für ihre gemeinwirtschaftlichen Aufgaben zu gewähren und durch ein großzügiges Straßenbauprogramm die Verkehrswege dem gestiegenen Aufkommen anzupassen, verfolgte die Gesetzesvorlage vereinfacht gesagt das Ziel, den Verkehr den vorhandenen Straßenverhältnissen anzupassen. Vorgesehen war ein Verbot von Massenguttransport per Lkw-Fernverkehr, die Einführung eines Beförderungssteuersatzes von circa 3-5 Pfennig pro Tonne sowie eine kräftige Anhebung der Mineralölsteuer auf Dieselmotorkraftstoff. Durch diese Einschränkung des Güterverkehrs sollten zwei Dinge erreicht werden: Entlastung der Straßen und Verbesserung der Finanzlage der Bundesbahn.³⁶⁵ Dass sich gegen diese Pläne Widerstand regen würde, war absehbar, sichtlich überrascht und geradezu überrumpelt zeigte sich das Bundesverkehrsministerium aber über Ausmaß und Auswirkung der Proteste. Durch Seebohms Eingreifen eskalierte die öffentliche Diskussion um das Automobil und seine Gesetzesvorlage bildete den Auftakt für eine verkehrspolitische Grundsatzdebatte. Das Automobil war damit endgültig zum Politikum geworden und nahm in der öffentlichen Aufmerksamkeit wieder eine zentrale Stellung ein. Es waren in erster Linie zwei Themenfelder, an denen sich die Debatten um die verkehrspolitischen Weichenstellungen der 50er-Jahre entzündeten: der Straßenbau und die Pendlerpauschale. In beiden Debatten gelang es der Kraftfahrtlobby, bestehend aus Industrie, Verbänden und Speditionsgewerbe, die etablierte Autosymbolik für ihre Interessen zu instrumentalisieren. Anknüpfend an das Bild vom Automobil als Motor des Aufschwungs, konnte das Kraftfahrzeug mit den Subtexten nationaler Wohlstand und gesellschaftlicher Fortschritt aufgeladen werden.

³⁶⁵ Siehe: Klenke: Stau, S.18-35.

3.1.3. Das Automobil als Symbol für Wohlstand und Freiheit in den verkehrspolitischen Debatten der 50er-Jahre

Die Eindämmungspolitik der Regierung beantwortete die Lkw-Lobby mit der Forderung nach einem Durchbruch in der Straßenbaupolitik. Im Zentrum stand die Forderung nach einer Zweckbindung der Kraftfahrtabgaben für den Straßenbau. In diesem Anliegen begegneten sich die Interessen der Fernverkehrswirtschaft mit denen der Pkw-Fahrer, vertreten durch die großen Automobilclubs. Diese waren in den Jahren zuvor vehement für eine Modernisierung und den Ausbau des Straßennetzes eingetreten.³⁶⁶ Hinzu kam, dass sich auch innerhalb des Bundes der Deutschen Industrie unter Führung der Automobilbranche eine Mehrheit gegen die in erster Linie von der Schwerindustrie befürwortete bahnfremde Haltung zusammenfand.³⁶⁷ Damit war eine breite Abwehrfront formiert worden, die sich vor allem in dem Argwohn einig war, die Bundesregierung betreibe eine rückwärtsgewandte, einseitig die Bahn bevorzugende Verkehrspolitik. Diese Interessengruppe entfaltete eine breit angelegte und äußerst wirksame Lobbyarbeit, um vor allem über die Medien Einfluss auf die öffentliche Meinung zu nehmen. Institutioneller Bezugspunkt war die 1952 gegründete Deutsche Straßenliga, über die zahlreiche Aktionen koordiniert wurden.³⁶⁸ Daneben war vor allem der VDA sehr aktiv, wenn es um die Wahrung der Interessen der Kraftfahrt ging. Eingaben, Protestversammlungen, Medienkampagnen und Broschüren waren wichtige Mittel in der Auseinandersetzung mit der Regierung.³⁶⁹ Allein die Deutsche Straßenliga lieferte

³⁶⁶ Das Thema Straßenbau war in der Berichterstattung der Motorpresse in den 50er-Jahren ein Dauerthema. Für einen Überblick zur Presseberichterstattung über Auto und Straßenbau siehe **Schildt, Axel**: Vom Wohlstandsbarometer zum Belastungsfaktor. Autovision und Autoängste in der westdeutschen Presse von den 50er- bis zu den 70er-Jahren, in: Hans L. Dienel und Helmut Trischler (Hrsg.): Geschichte der Zukunft des Verkehrs. Verkehrskonzepte von der Frühen Neuzeit bis zum 21. Jahrhundert, Frankfurt/M 1997, S.289-310.

³⁶⁷ Allgemein zur Rolle und Funktion der Verbände im Gesellschaftssystem der Bundesrepublik siehe **Ullmann, Hans-Peter**: Interessenverbände in Deutschland, Frankfurt/M 1988. Einen Überblick über den aktuellen Stand der Verbandsforschung geben **Blümle, Ernst-Bernd und Peter Schwarz (Hrsg.)**: Wirtschaftsverbände und ihre Funktion. Schwerpunkte der Verbandsforschung, Darmstadt 1985.

³⁶⁸ Zwischen 1954 und 1994 gab die Deutsche Straßenliga mit dem Periodikum „Straße und Wirtschaft“ eine eigene Publikation heraus. Einen Eindruck der Tätigkeit der Deutschen Straßenliga geben die zwischen 1958 und 1998 jährlich erschienenen Geschäftsberichte. Den Einfluss von Verbänden auf die Politik hat unlängst am Beispiel des ADAC untersucht **Braun, Heike**: Der Einfluss von Verbänden auf umweltpolitische Entscheidungen. Dargestellt am Beispiel des ADAC, Berlin 1987.

³⁶⁹ So koordinierte beispielsweise der VDA eine groß angelegte Kampagne gegen eine von der Bundesregierung 1951 geplante Erhöhung der Mineralölsteuer. Die Maßnahmen umfassten Protestaktionen mit Sternfahrten und Plakaten oder Betriebsversammlungen in den Werken der Kfz-Industrie. Daneben war eine groß angelegte Beeinflussung der öffentlichen Meinung geplant. Wochen-Parolen wie „*Ohne Motor geht's bergab*“ oder „*Nach der nächsten Steuerwelle geh'n wir zu Fuß zur Arbeitsstelle*“ wurden in den Haus- und Kundenzeitschriften der Autohersteller publiziert und in Annoncen in der Tagespresse geschaltet. Der VDA veranstaltete Pressebesprechungen mit Redakteuren der Wirtschafts- und Motorpresse. Die eigenen Interessen sollten darüber hinaus auch durch direkte Lobbyarbeit gefördert werden. Unverhohlen wurden die Spitzen der deutschen Automobilindustrie dazu aufgefordert, „*einen möglichst unmittelbaren Einfluss auf die Abgeordneten im Sinne*

regelmäßig 30.000 Informationsbroschüren an gesellschaftspolitische Multiplikatoren wie Abgeordnete, Lehrer und Pfarrer aus. „Der Spiegel“ schätzte, dass circa fünf Millionen Deutsche Mark „in der Meinungsschlacht verpulvert“ worden seien.³⁷⁰ Die verkehrspolitischen Auseinandersetzungen der Jahre 1953 bis 1957 trieben den Kraftfahrt-Lobbyismus zu einer ersten Nachkriegs-Hochblüte.

Im Mittelpunkt der Kraftfahrerkampagne stand das Thema Straßenbau. Als programmatischer Gegenentwurf zur Eindämmungspolitik der Regierung forderte die Kraftfahrtlobby von der Politik den Bau neuer Straßen, um dem Anwachsen des motorisierten Verkehrs gerecht zu werden und die Motorisierung Deutschlands voranzutreiben. Der Ausbau des Straßennetzes wurde dabei zur zentralen Bedingung für das Gelingen einer erfolgreichen Vollmotorisierung der Nation erklärt. Gleichzeitig wurde die Motorisierung als Voraussetzung für wirtschaftliche Dynamik und nationalen Wohlstand propagiert. Daimler-Benz-Generaldirektor Fritz Könecke nutzte seine Presseansprache anlässlich der IAA 1957 dazu, die Bedeutung der Straße für das Gemeinwesen öffentlich zu reflektieren: *„Kein Staat ist in der Lage, seine Aufgaben zu erfüllen, wenn ihm nicht dazu als Verkehrsinstrument Straßen zur Verfügung stehen; die Straße ist von alters her die technische und organisatorische Keimzelle des Staates gewesen; sie ist eine Leistung der Gemeinschaft für die Gemeinschaft, weil ohne ein ausreichendes Straßensystem ein Gemeinschaftsleben nicht denkbar ist.“* An diese sehr grundlegenden Gedanken zur Funktion des Straßenverkehrs für die Genese des modernen Staatswesens schloss Könecke die Forderung an, *„einen erheblichen Teil des Steuereinkommens aus der Kraftverkehrswirtschaft für den Straßenbau zweckzubinden“*, denn nur *„ein großzügiges Straßenbauprogramm kann der Gemeinschaft des Volkes helfen.“*³⁷¹

unserer Bestrebung auszuüben.“ Zu der Kampagne siehe ein vertrauliches Rundschreiben des VDA an alle Mitglieder vom 3. September 1951. Ein Exemplar befindet sich im BMW Konzernarchiv, Signatur UA 626.

³⁷⁰ Der Spiegel vom 23. März 1955, S.18.

³⁷¹ Begrüßungsansprache von Generaldirektor Könecke, anlässlich des Presseempfangs zur IAA 1957, S.9f. Das Manuskript befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Werksangehörige / Reden, Könecke II. Auch die Mineralölindustrie betonte den Zusammenhang von Straßenbau, Motorisierung und Wohlstand: *„Wenn man erkennt, welche tief greifende und vielseitige volkswirtschaftliche Bedeutung die Motorisierung und ihr Wachstum haben und auf welchen Grundlagen ihre Weiterentwicklung beruht, so muss man den bisherigen unzulänglichen Maßnahmen im Straßenbau und auch der weiter vorgesehenen Unterplanung ohne Zweifel kritisch gegenüberstehen. Von jedem Unternehmer erwartet man, dass er sich rechtzeitig auf die Anforderungen der Zukunft einrichtet und dabei vor allem die Kapazitäten darauf abstellt.“* Siehe: Motorisierung ohne Raum, hg. von der Shell AG, Erdöl Nachrichten Nr. 131/1958, Hamburg 1958, S.5. Um die nationale Bedeutung der Straße zu unterstreichen, bemühte Könecke auch militärische Argumente, wie in seiner Begrüßungsansprache anlässlich des Presseempfangs zur IAA 1955, S.7: *„Eine weitere Überlegung kommt hinzu, auf die ich schon vor Jahr und Tag hingewiesen habe. Der amerikanische Präsident sagte, dass ‚ein Netz moderner Strassen für die Verteidigung ebenso notwendig ist wie es für unseren nationalen Wohlstand unerlässlich ist.‘ Sollte es wirklich nicht möglich sein, aus den hohen Etatposten, die wir in den kommenden Jahren für den Aufbau unserer Verteidigungskräfte einzusetzen haben, jährlich einige hundert Millionen DM zusätzlich für den Straßenbau und damit auch für Verteidigungszwecke freizumachen?“* Das Manuskript befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Frankfurt 1955.

Der Topos von der Straße als Fundament für Handel und Prosperität wurde vor allem von der Motorpresse begeistert aufgegriffen und auf dem Resonanzboden der nationalsozialistischen Autobahnpropaganda zum Schwingen gebracht. Der Zusammenhang zwischen der Dynamik des Verkehrs und der Prosperität einer Volkswirtschaft konnte sich auf die in den 30er-Jahren weit verbreiteten organologischen Bilder stützen, in denen die Straßen als „Blutbahnen des Volkskörpers“ dargestellt wurden, auf denen der Verkehr alle Winkel des Landes „durchpulste“. Die äußerst populäre Auffassung, Hitler habe zwar viel Böses getan, sei aber in die deutsche Geschichte auch als „Schöpfer der Autobahnen“ eingegangen, hat sich zum Teil bis heute gehalten und zeigt die Nachwirkungen nationalsozialistischer Propaganda, in der die Autobahnen als „Werk des Führers“ gefeiert wurden. So zog beispielsweise die „Motor-Rundschau“ die nationalsozialistische Motorisierungs- und Straßenbaupolitik als Vergleichsmaßstab für die Beurteilung des aktuellen Geschehens heran: *„Ist es nicht grotesk, dass der Sprecher der SPD 12 Jahre nach dem Zusammenbruch daran erinnern musste, dass weitaus die meisten der heute bestehenden Autobahnen von Hitler gebaut wurden? Natürlich darf man dabei nicht vergessen, dass das deutsche Volk dafür hat bitter bezahlen müssen, doch was würden wir andererseits heute tun, wenn wir diese Bahnen nicht hätten?“*³⁷² Es sei „ein nationales Unglück“, hieß es dazu in der populären „Auto, Motor und Sport“, *„wenn Leute in den Regierungen sitzen, die noch keine Klarheit darüber gewonnen haben, dass die Kraftfahrt zu den entscheidenden Konjunkturträgern gehört.“*³⁷³ Der Zusammenhang zwischen der Dynamik des Verkehrs und der Prosperität einer Volkswirtschaft war für viele Bundesbürger unmittelbar einleuchtend, stütze er sich doch auf das nach wie vor populäre Bild vom Auto als Motor des Wiederaufbaus. In der Diskussion um den Straßenbau wurde daher immer wieder auf den Aufschwung und das Wirtschaftswunder verwiesen, um die Bedeutung des Kraftverkehrs zu belegen. So konstatierte der ADAC-Vizepräsident Bretz: *„Der Wiederaufbau ist überall vollzogen und wir sehen mit einem Male, wie großartig er vollzogen wurde [...] Seit vielen Jahren schon habe ich immer wieder den Standpunkt vertreten, dass es in diesem neuen Werden ein Agens, eine bestimmende Kraft gegeben hat, die diese Entwicklung bewirkte: das Automobil.“* Und weiter, *„es ist also unverkennbar, dass Zusammenhänge bestehen zwischen*

³⁷² Motor-Rundschau, 1957, Bd.27, S.386.

³⁷³ Das Auto, Motor und Sport, 1955, Bd.32, H.26, S.9. Dieser Artikel zeigt exemplarisch, wie die Autolobby das Thema Straßenbau zudem geschickt mit der schwelenden Debatte über steigende Unfallzahlen zu verknüpfen wusste. *„Indes zwingen nicht allein wirtschaftliche Überlegungen zum Bau vernünftiger Straßen. Sie sind schon deshalb bitter notwendig, weil andernfalls nur wenig Aussicht besteht, die Sicherheit im Straßenverkehr zu vergrößern“*, fährt der Autor fort. In den allermeisten Fällen, so wurde behauptet, sei nämlich die Unfallursache gar nicht beim Fahrer zu suchen, sondern liege in dem schlechten Zustand der Straße. Besser als den Verkehr durch Verbote und Geschwindigkeitsbeschränkungen zu behindern, sei daher die Anpassung der Straßenverhältnisse an das gestiegene Verkehrsaufkommen.

*der Wirtschaftskraft unseres Landes und diesem Phänomen Automobil – Zusammenhänge, die nicht erst konstruiert werden müssen, denn das eine ist ohne das andere einfach nicht denkbar. [...] Ohne das Automobil gäbe es keine wirtschaftliche Blüte, keinen Wohlstand!*³⁷⁴

Die Kampagne der Kraftfahrtlobby zeigte schon bald Wirkung. Es waren vor allem die Abgeordneten des Bundestages, die sich angesichts des heftigen öffentlichen Drucks von der Position der Regierung distanzieren, wobei die Grenzlinien zwischen Koalition und Opposition fast bis zur Unkenntlichkeit verwischt wurden. Der CDU-Abgeordnete und Verkehrsexperte Ernst Müller-Hermann brachte im Bundestag einen Gegenentwurf zur Kabinettsvorlage ein, der eine deutlich geringere Belastung des Speditionsgewerbes vorsah. Unterstützt wurde er darin unter anderem von Helmut Schmidt aus der SPD sowie einer beachtlich großen Zahl anderer Sozialdemokraten.³⁷⁵ Letztendlich trafen sich beide Konzeptionen auf halber Strecke, was ein herber Rückschlag für den Verkehrsminister war. Für die Kraftfahrtlobby hingegen stellte dies einen wichtigen Teilerfolg dar, zeigte sich darin doch eine wachsende Bereitschaft, von einer staatlichen Regulierung der Verkehrskrise abzurücken und stattdessen die Lösung im vermehrten Bau von Straßen zu suchen. Die ideologische Begleitmusik dieser verkehrspolitischen Wende war die Leitidee vom Automobil als Motor des gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Fortschritts, griffig auf die Formel gebracht: „Wohlstand kommt auf guten Straßen“. Ein Jahr nach dem Streit um das Verkehrsfinanzgesetz schließlich, 1956, legte Seeböhm einen von der Kraftverkehrslobby bereits seit geraumer Zeit geforderten Zehnjahresplan zum Ausbau des Straßennetzes vor. Es wurde zunehmend politischer Konsens, dass der Bau neuer Straßen Vorrang vor der Förderung der Bahn oder des öffentlichen Nahverkehrs genießen müsse. Im Haushaltsjahr 1958/59 erhielt der Straßenbau erstmalig mehr Geld aus Bundesmitteln als die Bahn. Dahinter stand letztlich die sich immer mehr durchsetzende Überzeugung, dass der motorisierte Straßenverkehr das fortschrittliche Transportsystem der Zukunft sei. Den letzten und entscheidenden Schritt auf dem Weg in die Massenmotorisierung tat die Bundesregierung im März 1960. Der Bundestag stimmte dem Straßenbaufinanzierungsgesetz zu, das eine Zweckbindung des gesamten Mineralölsteueraufkommens für Investitionen in Autobahnen und Bundesfernstraßen vorsah.³⁷⁶ Durch die Zweckbindung wurde die Dynamik der Motorisierung direkt auf den Straßenbau übertragen: Je mehr Autos auf Deutschlands Straßen

³⁷⁴ ADAC-Motorwelt, 1964, Bd.17, H.6, S.31.

³⁷⁵ Schmidt bekannte gegenüber dem „Spiegel“, er sei zwar Sozialdemokrat, lehne aber die Einschränkung der Gewerbefreiheit für Spediteure durch Seeböhms Liste mit Verboten ab, „sonst weiß ja die Bahn, dass sie beruhigt auf ihrem Sofa schlafen kann. Nein, es muss ein Rest von Wettbewerb erhalten bleiben und deshalb muss die Seeböhmsche Verbotsliste weg.“ Siehe: Der Spiegel vom 23. März 1955, S.17f.

³⁷⁶ Zu den verkehrspolitischen Fakten siehe: Klenke: Stau, S.50-59.

führen, desto mehr Geld stand für den Ausbau zur Verfügung. Damit war ein wichtiger Pfeiler für die gesellschaftliche Durchsetzung des Automobils geschaffen worden.³⁷⁷

Neben dem Thema Straßenbau gab es noch ein weiteres verkehrspolitisches Konfliktfeld, das die Öffentlichkeit in den 50er-Jahren beschäftigte: die sogenannte Pendlerpauschale. Sie sollte, neben der Zweckbindung der Mineralölsteuer, zum zweiten entscheidenden Pfeiler der Breitenmotorisierung in Westdeutschland werden. Seit sich die Lage an den Rohstoffmärkten entspannt hatte und die Kontingentierungen aufgehoben worden waren, war eines der drängendsten Probleme der Automobilindustrie weggefallen. Ohne durch limitierende Faktoren behindert zu sein, konnten die Hersteller ihre Produktion hochfahren und die Kapazitäten stetig erweitern. 1955 investierte die Automobilindustrie etwa 600 Millionen Deutsche Mark in den Ausbau ihrer Fertigungskapazitäten, ein Jahr später stieg diese Summe auf eine Milliarde Deutsche Mark. Durch diese Wachstumspolitik kam es zu einem steilen Anstieg der Produktionskurve. Allein in Wolfsburg liefen Anfang des Jahrzehnts jährlich 100.000 Wagen vom Band und die gesamte deutsche Automobilindustrie steigerte ihren Ausstoß 1955 gegenüber dem Vorjahr um ein Drittel.³⁷⁸ Das Produktionswachstum drohte aber schon bald an eine neue Grenze zu stoßen: die Aufnahmefähigkeit des heimischen Marktes. Mitte der 50er-Jahre gab es auf dem Gebiet der Bundesrepublik knapp zwei Millionen zugelassene Fahrzeuge. Der weitaus größte Teil davon wurde gewerblich genutzt oder gehörte einer Behörde, nur etwa 7% des gesamten Kraftfahrzeugbestandes befanden sich im Besitz von Arbeitnehmern.³⁷⁹ Nach einer stürmischen Absatzphase im Gefolge der Wirtschafts- und Währungsreform, in der viele Unternehmen und staatliche Stellen ihren Bedarf nach einem Fahrzeug stillten, schien sich nun im Bereich der gewerblich genutzten Kraftfahrzeuge eine gewisse Sättigung des Marktes einzustellen. Wer aus beruflichen Gründen ein Auto brauchte, der hatte in der Regel eines und der Bedarf beschränkte sich auf die Ersatznachfrage für veraltete Wagen, die durch einen neuen ersetzt werden mussten. In dieser Situation drängte die Automobilindustrie bei der Politik auf eine Änderung der Regelung zur steuerlichen Abzugsfähigkeit von Personenwagen. Nach geltendem Steuerrecht konnten Geschäftsleute die Kosten für Anschaffung und Unterhalt ihres Fahrzeugs als

³⁷⁷ Einen Einblick in den Forschungsstand zu grundlegenden verkehrsgeschichtlichen Fragestellungen gibt **Teuteberg, Hans-Jürgen:** Entwicklung, Methoden und Aufgaben der Verkehrsgeschichte, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 1994, S.173-194.

³⁷⁸ Siehe: Geschäftsbericht der Bayerischen Motorenwerke AG für das Berichtsjahr 1955, S.11. Ein Exemplar befindet sich im BMW Konzernarchiv.

³⁷⁹ Der Spiegel vom 11. November 1953, S.10, nennt für das Jahr 1952 in Bezug auf die Verteilung der Automobile folgende Zahlen: 11% Handwerk, 18,5% Industrie, 33,5% Handel, 30% Behörden / freie Berufe / Landwirte, 7% Arbeitnehmer.

Betriebsausgaben von der Steuer absetzen, was Privatpersonen nicht konnten.³⁸⁰ Bei einer durchschnittlichen Fahrleistung von 10.000 Kilometern kostete ein geschäftlich genutzter Pkw circa 1.200 Deutsche Mark pro Jahr, während der gleiche Wagen für einen privaten Nutzer mit etwa 2.800 Mark zu Buche schlug.³⁸¹ Gefordert wurde daher, eine Kilometerpauschale für den Weg zur Arbeit einzuführen, die es dem Arbeitnehmer ermöglichen sollte, die Kosten seines privaten Wagens als Werbungskosten von der Einkommenssteuer abzusetzen. Von dieser fiskalpolitischen Maßnahme versprach sich die Industrie die Erschließung einer völlig neuen Käuferschicht, nämlich die der Arbeiter und Angestellten, die sich das Automobil nicht als Produktionsmittel, sondern als Alltags- und Gebrauchsgegenstand kaufen wollten, aber denen die Kosten bislang zu hoch gewesen waren. VDA-Präsident Max Thoennissen formulierte in seiner Eröffnungsansprache anlässlich der IAA 1953 die Wünsche der Automobilindustrie: *„Es wäre aber sehr kurzsichtig, wenn wir nicht bemüht wären, neben den jetzigen Automobilbesitzern neue Käuferkreise zu gewinnen.“* Um dies zu erreichen, müsse man nicht primär die Anschaffungskosten reduzieren, konterte Thoennissen die Forderungen nach Preissenkungen. *„Es sind die fixen Kosten, die die Automobilhaltung zur Unmöglichkeit machen. Es sind die Steuern, Mineralölsteuern und viele andere Abgaben, die die Haltung eines Fahrzeugs verbieten.“*³⁸² Die steuerliche Abzugsfähigkeit eines privaten Pkw würde die Haltungskosten erheblich reduzieren, so die Position der Autolobby. Die Pläne der Industrie sahen im Kern der Sache vor, dass durch steuerliche Subventionen, die zum Teil auch von der nicht Auto fahrenden Bevölkerung aufgebracht werden mussten, ein Anreiz geschaffen werden sollte, von den öffentlichen Verkehrsmitteln auf einen eigenen Pkw umzusteigen. Durch die Pendlerpauschale sollte die Anschaffung eines Automobils auch für die Kreise möglich werden, deren Haushaltseinkommen bislang zu niedrig war, um einen Wagen zu finanzieren. Die Folge, so hoffte man, würde ein deutliches Umsatzwachstum sein, und zwar ohne dass die Industrie

³⁸⁰ In einigen Fällen soll es sogar zu Überprüfungen von deutschen Kennzeichen an ausländischen Urlaubsorten durch die Steuerbehörden gekommen sein, um den Missbrauch von Dienstwagen nachweisen zu können. Die geradezu wütende Kommentierung dieser und ähnlicher Vorfälle in der Motorpresse legt die Vermutung nahe, dass auch von Seiten der Öffentlichkeit der Druck auf die Politik wuchs. Siehe dazu: Motor-Rundschau, 1952, Bd.22, S.512.

³⁸¹ Ebd.

³⁸² Eröffnungsrede des VDA-Präsidenten Max Thoennissen anlässlich der IAA am 19. März 1953, S.9. Die Rede ist abgedruckt in einer vom VDA herausgegebenen Broschüre. Ein Exemplar befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Ausstellungen, Frankfurt 1953. Siehe auch: Die Welt vom 19. März 1953, wo in einer grotesken Verkehrung der Tatsachen von einem „unsichtbaren Bezugsschein“ die Rede ist, den das Finanzamt durch die Gewährung steuerlicher Abschreibung bislang nur Gewerbetreibenden ausstelle. Diese „Behandlung entspricht der völlig unsinnigen Auffassung, dass ein Automobil entweder ein Betriebsmittel oder ein Luxusgegenstand ist.“ Zu einer ganz ähnlichen Einschätzung kam der Vorstandsvorsitzende der Adam Opel AG, Edward W. Zdunek, in einem Beitrag in: Industriekurier vom 19. März 1953, unter dem Titel „Westdeutscher Automarkt – Grenzen und Möglichkeiten“.

ihre Verkaufspreise und damit ihre Gewinnmargen dazu absenken müsste. „Wie bekannt, haben wir in Deutschland vor rund 20 Jahren mit dieser einfachen Methode schon einmal bemerkenswerte Erfolge erzielt“, verkündete der Vorstandsvorsitzende von Daimler-Benz anlässlich der IAA 1953 in bewusster Anspielung auf das Motorisierungsprogramm der Nationalsozialisten.³⁸³

Diese Bezugnahme auf die Motorisierungspolitik der Nationalsozialisten und die 1933 beschlossene Abschaffung der Kfz-Steuer zeigte bereits an, welche Argumentationslinie die Autolobby in der Frage der Pendlerpauschale verfolgen würde. Die Bundesregierung dürfe keinesfalls hinter die gesellschaftspolitischen Errungenschaften des Hitler-Regimes zurückfallen, wolle sie nicht riskieren, sich durch eine rückschrittliche Politik in den Augen der Öffentlichkeit selbst zu delegitimieren. Eine solche Einstellung war bereits Ende der 40er-Jahre in der Presse latent vorhanden gewesen. Es sei hinlänglich bekannt, schrieb der „Industriekurier“ unter der Überschrift „Gehemmte Motorisierung“, „dass durch den Wegfall der Kraftfahrzeugsteuer der Motorisierungsgedanke außerordentlich gefördert werden könnte. Dass z.B. diese steuertechnische Maßnahme im Dritten Reich erfolgte, ist für die Feststellung der Auswirkung und die Erkenntnis, die daraus gezogen werden kann, vollständig gleichgültig. Ohne jeden Zweifel ist das Automobil in unserer Zeit kein Luxusgegenstand mehr und kann auch nicht als solcher angesprochen werden.“³⁸⁴ Auch die Motorpresse argumentierte in den fiskalpolitischen Debatten der 50er-Jahre häufig mit dem Vergleich zwischen der Bundesrepublik und den Vorkriegsjahren, wobei das Motorisierungsprogramm als wirtschafts- und sozialpolitische Errungenschaft dargestellt wurde, welche durch die Verbrechen des NS-Regimes nicht geschmälert worden sei. „Ist Kraftfahren eine Weltanschauungsfrage?“, fragte die „Motor-Rundschau“ in einem Beitrag über die Besteuerung privater Kraftfahrzeuge.³⁸⁵ „Es ist also doch wohl eine Weltanschauungsfrage. Denn man bedenke, dass es mal eine Zeit gab, in der auf dem Papier und auch ein wenig in der Praxis demonstriert wurde, dass auf dem Verkehrsgebiet die

³⁸³ Rede von Koenecke, Vorsitzender des Vorstandes der Daimler-Benz AG, auf dem Presseempfang am 18. März 1953 anlässlich der IAA, S.5. Das Manuskript der Rede befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Frankfurt 1953.

³⁸⁴ Gehemmte Motorisierung, in: Industriekurier vom 12. November 1949. Im „Volkswirt“ vom 25. November 1949 wurde die Verkehrspolitik der Bundesregierung in eine Kontinuitätslinie mit der obrigkeitstaatlichen Verkehrsreglementierung des Kaiserreichs gerückt, gegenüber welcher die Zeit des Nationalsozialismus als wohltuend pragmatisch und modern dargestellt wurde: „Wenn man von der Zeitspanne des dritten Reiches absieht, dessen Motorisierungsfreundlichkeit nicht so ganz ausschließlich auf Rüstungsaspekte abgestellt war, wie man heute gerne glauben machen will – so hat die deutsche Kraftfahrt immer in der Nähe eines Ausnahmezustandes gelebt: sei es, dass in der behördlichen Regulierung irgendwelche Neidkomplexe mit Bezug auf das Kraftfahren geisterten, sei es, dass eine ziellose Wirtschaftspolitik die Bedeutung des Motors für den Leistungseffekt der Gesamtwirtschaft nicht erkannte.“

³⁸⁵ Motor-Rundschau, 1952, Bd.22, H.3, S.7f.

Volksmotorisierung das Ziel sein sollte. Von dieser Einstellung wurde in jener Zeit, so wenig erbaulich sie auch sonst gewesen sein mag, doch wohl einiges verwirklicht. Und heute? Ist der Rückfall nicht schon wieder ein vollkommener?“

Die Autolobby machte sich diese latent vorhandene Auffassung, den nationalsozialistischen Motorisierungsbemühungen komme eine Vorreiter- und Vorbildfunktion zu, in den verkehrspolitischen Auseinandersetzungen mit der Bundesregierung zu Nutze. Das vom Nationalsozialismus gegebene Motorisierungsversprechen habe in der Bevölkerung Erwartungen und Ansprüche geweckt, die, einmal etabliert, unabhängig vom jeweiligen politischen System ihre Berechtigung hätten.³⁸⁶ „Die Produktionsziffer der Automobilindustrie [...] kann nicht einfach als ein trockener Wirtschaftstatbestand gewertet werden“, hieß es im Verbandsorgan des AvD mit Blick auf die Verheißungen der Motorisierung. „Die Zahl der in Deutschland produzierten Automobile verkörpert mehr. Unbestreitbar ist das Kraftfahrzeug heute zu dem bedeutendsten langlebigen Verbrauchsgut schlechthin geworden, welches [...] manchmal sogar Symbol des gehobenen Lebensstandards auch für breite Bevölkerungsschichten geworden ist.“³⁸⁷ Unter dem Titel „Vier Räder für Millionen“ bemühte sich die „ADAC-Motorwelt“, die Motorisierung als einen gesellschaftlichen Aufbruch in die Moderne darzustellen, der systemübergreifend sei. Der Motor verheiße „einen Wohlstand für so breite Bevölkerungsschichten, wie ihn unsere Großeltern nicht zu erträumen wagten.“ Es sei undenkbar, die Motorisierung wieder auf das Niveau von „Großvaters Zeiten“ zurückzuführen. Das Auto sei „ein weithin sichtbares Zeichen eines immer rascher voranschreitenden Demokratisierungsprozesses.“ Dieser könne nicht einfach rückgängig gemacht werden.³⁸⁸ Andernorts hieß es: „Wünsche, Träume und Fortschrittsgläubigkeit, Arbeitsplätze und Brot für Millionen Menschen, Deutschlands Stellung am Weltmarkt – das alles hängt am Auto.“³⁸⁹

Wer die einmal erreichten Errungenschaften der Motorisierung wieder zurücknehmen wolle, der stelle sich gegen den gesellschaftlichen Fortschritt, so die populäre Argumentationsfigur. Um diese Aussage zu untermauern, wurden das Auto und die mit ihm verbundene individuelle Mobilität als Möglichkeit zur Verwirklichung einer neuen und besseren Gesellschaft dargestellt. Einflussreich war dabei der von der NS-Propaganda bereits

³⁸⁶ In einem Artikel zum Straßenbau in: Das Auto, Motor und Sport, 1958, Bd.35, H.3, S.10f, wird der Regierung Untätigkeit vorgeworfen. Betont werden die Unterschiede zum Nationalsozialismus in verkehrspolitischer Hinsicht. Während zwischen 1936 und 1938 3.000 Kilometer Autobahn gebaut worden seien, habe die Bundesrepublik im Zeitraum zwischen 1945 und 1957 gerade einmal 158 Kilometer fertig stellen können. Diese Zahl stehe symbolisch für die Bemühungen des jeweiligen politischen Systems, die Masse an der Motorisierung teilhaben zu lassen.

³⁸⁷ Automobil-Revue, 1957, Bd.32, H.2, S.15.

³⁸⁸ ADAC-Motorwelt, 1959, Bd.12, S.662.

³⁸⁹ Was alles so am Auto hängt, in: Ruhr-Nachrichten vom 24. September 1955.

vorgeprägte Topos der Emanzipation des modernen Menschen von den Zwängen der Technik durch den technischen Gegenstand Automobil. Während in den 30er-Jahren die Rückkehr zur Natur das zentrale Motiv dieser Autosymbolik gewesen war, wurde mit dem Emanzipationstopos in den Nachkriegsjahrzehnten eher eine Flucht aus der Masse assoziiert. Analog zur Modernisierungskritik der 30er-Jahre war es wiederum die Stadt, die als negativer Bezugspunkt diente und aus der das Automobil den Ausbruch verhieß. Der ADAC stellte in seinen Veröffentlichungen immer wieder den Zusammenhang zwischen Auto und Emanzipation her. In der modernen Gesellschaft werde der Mensch *„in seiner Funktion mehr und mehr ein Teil der Masse“*, schrieb die *„ADAC-Motorwelt“*. *„Je größer der technische Apparat wird, je mehr die Technik bis in unsere letzten Lebensbereiche eindringt, desto stärker wird der Mensch versuchen, sich als Mensch, als Individuum zu behaupten, er wird den Drang in sich verspüren, aus der Masse herausgelöst zu werden.“*³⁹⁰ Die Bewegung weg von Masse ist in dem Artikel zunächst eine Bewegung raus aus der Großstadt, die gedanklich eng mit der Nivellierung des Individuums verbunden ist. Doch diese Flucht wird für den modernen Menschen wiederum zur Massenbewegung: *„Soll er [der Mensch], um in seiner Freizeit aus der Siedlung herauszukommen, auch da nur auf ein Massenbeförderungsmittel angewiesen sein, das ihn dann zu einem Restaurant am Rande der Siedlung bringt, wo ihn wiederum nur ein Massenbetrieb erwartet?“*³⁹¹ Der Mensch müsse sich des Fortschritts bedienen, um seine Individualität in den Zeiten fortschreitender Vermassung wahren zu können. Und das Automobil sei das technische Komplement zur Individualität, *„denn allein das Kraftfahrzeug ist als Verkehrsmittel ein rein individuelles Fahrzeug, ein Fahrzeug also, das auf die Masse der Mitreisenden verzichten kann, das uns unabhängig macht von Weg und Zeit, auch unabhängig von der Masse der anderen Verkehrsteilnehmer.“*³⁹² Einige Jahre später äußerte sich der bekannte Auto-Kolumnist Ernst Hornickel in einem Grundsatzartikel in der *„ADAC-Motorwelt“* in ähnlicher Weise über das Automobil. Dabei stellte er das Auto als *„Instrument des Individualismus“* dar, welches in einem *„Jahrhundert der Vermassung“* erfunden wurde. Die Bahn habe einen *„plangebundenen, kollektiven Charakter“* und sei daher ihrem ganzen Wesen nach kein geeignetes Mittel zur Emanzipation des Menschen. *„So ist das Reisen im Automobil in der jüngsten Phase seiner Entwicklung zu einem Ferment des Selbstbewusstseins, zu einer treibenden Hefe im trägen Teig der Masse geworden. Ob man es auch als ein Kriterium der Freiheit und Menschenwürde nehmen kann, wird sehr von seiner Reglementierung abhängen, aber es bleibt doch bezeichnend und kein Zufall, dass in allen*

³⁹⁰ ADAC-Motorwelt, 1953, Bd.6, S.226f

³⁹¹ Ebd.

³⁹² Ebd., S.6.

diktatorisch regierten Ländern die Zulassungsziffern für Automobile so unverhältnismäßig niedrig liegen.“³⁹³ Auch wenn Hornickel gegen die angebliche Motorisierungsfeindlichkeit von Diktaturen polemisierte, weist sein diffuser Freiheitsbegriff deutlich Anklänge an eben jene Konzeptionen auf, die von den Vordenkern der NS-Motorisierung bereits propagiert worden waren. Ein entpolitisierte Freiheitsbegriff lief auch hier wiederum Gefahr, Freiheit und Mobilität gleichzusetzen und auf diesem Weg das Automobil zum Symbol der Emanzipation zu stilisieren. ADAC-Vizepräsident Hans Bretz ergänzte diesen Gedanken durch den Hinweis, die persönliche Freiheit sei *„das höchste und erstrebenswerteste Gut des Menschen und – wie wir gesehen haben – ist das Kraftfahrzeug der große Mittler dieser Freiheit.“* Und mit Blick auf die Verkehrspolitik der Bundesregierung führte Bretz aus: *„Will man die Freiheit knechten, so muss man erst den Mittler dieser Freiheit in Fesseln legen.“*³⁹⁴

Die von den Motorverbänden betriebene Aufladung des Automobils zu einem Symbol für gesellschaftlichen Fortschritt blieb nicht ohne Widerhall in der allgemeinen Berichterstattung über den Kraftverkehr. Wie sehr der Verbrennungsmotor auch über 60 Jahre nach seiner Erfindung als zukunftsweisende Technologie wahrgenommen wurde, belegen beispielsweise die zahlreichen Berichte über die Zukunft des Kraftverkehrs. In Artikeln wie *„130 Kilometer Autobahn unter den Straßen einer Weltstadt“*, *„Baut Moskau das erste Atomauto?“* oder *„Geisterautos auf Moskaus Straßen“*, die vor allem in Illustrierten wie der *„Hobby“* erschienen und eine große Leserschaft fanden, spiegelte sich das Innovationspotential, das dem Straßenverkehr zugeschrieben wurde, wider.³⁹⁵ Ähnlich wie noch ein Jahrhundert zuvor die Eisenbahn den Verkehr revolutioniert hatte, erschien nun das Kraftfahrzeug als die Verkörperung der Möglichkeiten, die durch den technischen Fortschritt eröffnet wurden. Zunehmend von dieser symbolischen Aufladung des Autos geprägt, wurde auch die öffentliche Wahrnehmung der Verkehrspolitik in den 50er-Jahren immer mehr vom Gedanken der Modernität des Automobils beeinflusst, wobei oftmals zunächst der verkehrspolitische Dualismus von Schien und Straße der Ausgangspunkt war. Eine Politik, die, anstatt die Motorisierung steuer- und verkehrspolitisch zu fördern, einen Teil der Abgaben aus dem Straßenverkehr in die Sanierung der defizitären Bundesbahn stecke, sei rückschrittlich und stemme sich letztendlich gegen den Fortschritt, so die gängige

³⁹³ Ebd., 1961, Bd.14, S.504.

³⁹⁴ Ebd., 1954, Bd.7, S.529f.

³⁹⁵ Siehe zum Beispiel: Hobby, 1955, H.5, S.37-42; Ebd., H.8, S.16-20; Ebd., 1959, H.3, S.138-146. In solchen Artikeln wurden Verkehrsleitsysteme, neuartige Antriebsarten oder futuristische Stadtplanungen entworfen und diskutiert. Vieles mutet vom heutigen Standpunkt aus übertrieben an, spiegelt aber die damalige Faszination für den Gedanken der technologischen Machbarkeit wieder.

Behauptung.³⁹⁶ Dahinter stand die Überzeugung, dass sich das Auto in seiner Überlegenheit ohnehin über kurz oder lang als führendes Verkehrssystem durchsetzen werde. Eine Verkehrspolitik, die diesen Tatsachen nicht Rechnung trage, sei ideologisch und realitätsfern. „Man wird sie [die Motorisierung] überhaupt nicht verhindern können“, hieß es dazu in der Motorpresse. „Es wird kaum gelingen, das Volk – das in Wirklichkeit ein Nebeneinander nach persönlicher Geltung dürstender Einzelindividuen ist – zu den Tugendpfaden der Eisenbahnen [...] zurückzuführen. Öffentliche Verkehrsmittel haben eine wichtige Aufgabe zu erfüllen, [...] aber eine Weltanschauung wird man aus ihnen nicht machen können.“³⁹⁷

Der motorisierte Fortschritt wurde gleichsam als eine Art naturgesetzlich ablaufender Prozess gesehen, dessen Dynamik politisch nicht kontrolliert oder gebremst werden könne, sondern an dessen Notwendigkeiten sich eine moderne Politik auszurichten habe. Die gedankliche Verknüpfung von Motorisierung und gesellschaftlichem Fortschritt war in den 50er-Jahren so wirkmächtig geworden, dass eine autofeindliche Verkehrspolitik wie ein zum Scheitern verurteilter Griff in das Rad der Geschichte erschien. Dafür sprechen vor allem die naturalistischen Bilder, mit denen die Motorisierungsdynamik umschrieben wurde. Die „Motorisierungswelle“, die „Autoflut“ oder die „Blechlawine“ sind die bekanntesten Beispiele für den Versuch, die gesellschaftliche Dynamik der Motorisierung mit der Urgewalt eines Naturereignisses zumindest begrifflich gleichzusetzen. Die Verbreitung des Automobils erschien auf eine merkwürdige Art gleichzeitig unausweichlich wie wünschenswert. Dieser eigentümliche Fortschrittsfatalismus wurde von einer wachsenden Zahl von Bundesbürgern geteilt. Sogar Ludwig Erhard räumte auf der IAA 1955 im Hinblick auf die Verbreitung des Automobils ein, „es ist geradezu kindlich, nein, es mutet fast kindisch an zu glauben, dass man mit Verwaltungsmaßnahmen eine solche Entwicklung abstoppen könne.“ Und weiter, auf eine mögliche Drosselung des Verkehrs durch Beschränkung des Straßenbaus anspielend: „Das wäre so töricht, als ob ich sagen wollte, die Geburtenhäufigkeit sei abhängig von dem vorhandenen Schulraum oder die Sterblichkeit werde beeinflusst von der Zahl der Krankenhausbetten.“³⁹⁸

Wie sehr dieses Bild von der Motorisierung als Ausdruck eines unaufhaltsamen gesellschaftlichen Fortschritts einer Projektion der Autolobby entsprang und wie wenig es

³⁹⁶ Siehe: Der Stern vom 12. August 1954, darin ein mehrseitiger Artikel unter dem Titel „Bundesverkehrsminister Seehofer antwortet nicht“, in dem die Verwendung von Kfz-Steuern zur Deckung des Bahndefizits kritisiert wird. Dies sei rückschrittlich, „aber den Fortschritt kann man auf Dauer nicht durch Zwang verhindern.“

³⁹⁷ Das Auto, Motor und Sport, 1959, Bd.36, H.20, S.21f.

³⁹⁸ Rede von Ludwig Erhard anlässlich der Eröffnung der IAA am 22. September 1955, S.9. Das Manuskript der Rede befindet sich im Nachlass Erhard, aufbewahrt im Archiv der Ludwig-Erhard-Stiftung unter der Signatur NE 520.

Mitte der 50er-Jahre der Realität entsprach, zeigt sich an der Tatsache, dass hier Ursache und Wirkung miteinander vertauscht wurden. Paradox war nämlich, dass die Autolobby die Einführung der Pendlerpauschale unter Verweis auf eine angeblich unaufhaltsame Motorisierungsdynamik forderte, die ihr eigentliches Momentum jedoch erst aus dieser steuerpolitischen Maßnahme erhalten sollte. Es erscheint fragwürdig, warum die angeblich mit zwangsläufiger Notwendigkeit voranschreitende Motorisierung so dringend auf staatliche Maßnahmen welcher Art auch immer angewiesen war. Während also die Autoindustrie behauptete, dass der Fortschritt der Motorisierung nicht durch politische Unterlassung behindert werden dürfe, ging es ihr eigentlich darum, eben die politischen Maßnahmen herbeizuführen, durch welche die Massenmotorisierung überhaupt erst Realität werden konnte. Angesichts einer Kraftfahrzeugdichte von lediglich zwei Pkw auf 100 Einwohner liegt der Schluss nahe, dass es der Autoindustrie im Verbund mit den straßenbauinteressierten Kreisen gelungen war, ihr Deutungsmuster einer Einheit von Automobil und Fortschritt so erfolgreich zu propagieren, dass die tatsächliche gesellschaftspolitische Bedeutung des Kraftfahrzeugs darüber teilweise in den Hintergrund rückte.³⁹⁹

Die Autosymbolik blieb nicht ohne Wirkung auf die politischen Akteure. Ähnlich wie in der Frage des Straßenbaus kam auch in Bezug auf die Pendlerpauschale Mitte der 50er-Jahre Bewegung auf die bundespolitische Bühne. Ab 1955 galt eine Abschreibungspauschale für Angestellte und Arbeitnehmer von 50 Pfennig pro Entfernungskilometer.⁴⁰⁰ Neben dem sehr großzügig bemessenen Pauschalsatz war bemerkenswert, dass für die steuerliche Abzugsfähigkeit des Pkw kein Nachweis über die tatsächliche Nutzung vorgeschrieben war. Wer also einige Kilometer von seinem Arbeitsplatz entfernt wohnte, konnte nun damit rechnen, einen Teil der Anschaffungskosten für seinen Wagen von der Steuer abzusetzen, ganz gleich, ob er selbst zur Arbeit fuhr oder sich vom Nachbarn mitnehmen ließ. Das war eine klare Bevorteilung gegenüber den öffentlichen Verkehrsmitteln. Damit war ein entscheidender Anreiz zur Anschaffung eines privaten Kraftfahrzeugs von der Regierung gesetzt worden. Zusammen mit der Zweckbindung des Mineralölsteueraufkommens für den Straßenbau war die Pendlerpauschale somit die zweite entscheidende Weichenstellung auf dem Weg in die Massenmotorisierung. Binnen weniger Jahre hatte sich das verkehrspolitische Klima in der Bundesrepublik also spürbar gewandelt. Der anfängliche Attentismus der Bundesregierung, der Anfang der 50er-Jahre in eine aktive Eindämmungspolitik

³⁹⁹ Die Zahlen stammen aus: Der Spiegel vom 18. Februar 1954, S.26. Zum Vergleich: Auf je 100 Einwohner kamen zum selben Zeitpunkt in Frankreich vier und in den USA 25 Pkw.

⁴⁰⁰ Allgemein zum Thema der Pendlerpauschale vgl.: Klenke: Stau, S.35-50.

umgeschlagen war, wurde nun zugunsten einer großzügigen Förderung der Motorisierung mit Steuergeldern aufgegeben.

Die Veränderung der Motive der politischen Akteure lässt sich allerdings nicht allein aus der erfolgreichen Kampagne der Kraftfahrtlobby und dem dadurch erzeugten öffentlichen Druck erklären. Es wäre übertrieben anzunehmen, die Bundesregierung hätte sich so sehr von der Öffentlichkeitsarbeit der Autokonzerne unter Druck setzen lassen, dass es zu einer Motorisierungspolitik wider Willen gekommen wäre. Wie gezeigt werden konnte, hatte sich aber ein allgemeiner Klimawandel vollzogen, der sich positiv auf die Einstellung der Öffentlichkeit gegenüber dem Automobil auswirkte. Dies hatte bei führenden Politikern aller Parteien den Eindruck verstärkt, dass eine Förderung der Motorisierung den aktuellen Zeitgeist widerspiegeln und gesellschaftliche Trends verstärkend aufgreifen würde. Die Motorisierungsdynamik der zweiten Hälfte der 50er-Jahre entsprang also einem sich wechselseitig verstärkenden Interaktionsprozess verschiedener Akteure. Die Kraftfahrtlobby, die konkrete ökonomische Interessen verfolgte und als ideologischer Stichwortgeber in der Autodebatte fungierte, die Politik, die immer stärker unter Zugzwang geriet und verkehrspolitisch wieder die Initiative zurückerlangen wollte, und schließlich der Bürger, in seiner Funktion als Verbraucher und Wähler, der angesichts wachsenden Wohlstandes den alten Vorkriegstraum von einem eigenen Automobil zusehends wieder entdeckte.⁴⁰¹ In der Phase kontinuierlichen Wachstums und gesellschaftlicher Stabilität, die seit der „Korea-Krise“ angebrochen war, entstand zwischen diesen Gruppen eine Art Motorisierungskompromiss, ein Konsens darüber, das Verkehrssystem grundsätzlich straßengebunden auszurichten.⁴⁰² Das war für alle Beteiligten mit gewissen Kosten und Nachteilen versehen. Die Autoindustrie fand sich unversehens im Zentrum politischer Aufmerksamkeit wieder, eine Position, die sie angesichts der Feinstaubdebatten und CO₂-Diskussionen bis heute beibehalten hat. Die Politik wiederum gab einen Teil ihres

⁴⁰¹ Mit steigendem Verkehrsaufkommen wuchs nicht nur die Notwendigkeit, neue Straßen zu bauen, auch der politische Handlungsspielraum hatte sich in der zweiten Hälfte der 50er-Jahre verändert. Zum einen verlor nach der Bundestagswahl von 1957 Fritz Schäffer, der bis dahin eine drastische Aufstockung des Verkehrsetats zu verhindern gewusst hatte, das Amt des Finanzministers. Zum anderen sah die Regierung im Straßenbau die Möglichkeit, ein neues Konjunktur- und Investitionsprogramm auf den Weg zu bringen, nachdem der Wohnungsbau als Konjunkturlokomotive an Bedeutung verloren hatte. Der Wandel hin zu einer motorisierungsfreundlichen Politik wurde zusätzlich dadurch verstärkt, dass die SPD nach der verlorenen Bundestagswahl das Thema Straßenbau nutzte, um sich als fortschrittliche Oppositionspartei zu profilieren. Deshalb bezog die SPD vor allem in der Frage der Pendlerpauschale eine autofreundliche Stellung und forderte politische Maßnahmen, um die Breitenmotorisierung bis in die Arbeiterschaft zu tragen. Willy Brandt beispielsweise äußerte im Wahlkampfjahr 1961 die Ansicht, die „*unterentwickelten Bereich unseres Verkehrswesens*“ würden ebenso dringend Hilfe benötigen wie Afrika. Siehe: Der Spiegel, 1961, H.39, S.50.

⁴⁰² Die sozio-kulturellen Rahmenbedingungen, unter denen das heutige Verkehrssystem primär auf den motorisierten Individualverkehr ausgerichtet wurde, untersucht **Kuhm, Klaus**: Moderne und Asphalt. Die Automobilisierung als Prozess technologischer Integration und sozialer Vernetzung, Pfaffenweiler 1997. Siehe zudem: Ders.: Das eilige Jahrhundert. Einblicke in die automobile Gesellschaft, Hamburg 1995.

Bewegungsspielraums auf, den sie, wie die CO₂-Debatte ebenfalls zeigt, bis auf den heutigen Tag nicht wieder erlangt hat. Hinzu kam das Bundesbahndefizit, das auf lange Sicht den Bundeshaushalt belasten sollte. Die Gesellschaft schließlich musste sich mit den Folgen der Motorisierung abfinden. Vor allem in den Städten hatte die Bevölkerung bereits frühzeitig unter Lärm und Abgasen zu leiden.⁴⁰³ Trotz dieser Probleme überwog die Zustimmung für den motorisierten Straßenverkehr. Die Motorisierung schien den Zeitgenossen ein Meilenstein auf Deutschlands Weg in die Moderne, ein wichtiger Schritt in eine bessere und verheißungsvolle Zukunft. Das Leitbild vom Automobil als Symbol für gesellschaftlichen Wohlstand und sozialen Fortschritt, das bereits im „Dritten Reich“ so populär geworden war, bewies seine Strahlkraft aufs Neue. In der öffentlichen Wahrnehmung der 50er-Jahre bestand eine unauflösbare Einheit von Motorisierung und gesellschaftlichem Fortschritt. Beide gingen scheinbar Hand in Hand und bedingten sich wechselseitig. Die wachsende Zahl der Autos war für viele Bundesbürger ein Zeichen für die Fortschritte, welche die Nation gemacht hatte, während gleichzeitig der Fortschritt ein Ergebnis der Motorisierung zu sein schien. „Nicht weil wir reich sind, fahren wir Auto, sondern wir sind reich, weil wir Autofahren“ – so lautete ein populärer Slogan dieser Zeit.

⁴⁰³ **Klenke, Dietmar:** Bundesdeutsche Verkehrspolitik und Umwelt. Von der Motorisierungseuphorie zur ökologischen Katerstimmung, in: Werner Abelshauser (Hrsg.): Umweltgeschichte. Umweltverträgliches Wirtschaften in historischer Perspektive, Geschichte und Gesellschaft, Sonderhefte, Bd.15, Göttingen 1994, S.163-190.

3.2. Das Automobil als Ikone der modernen Konsumgesellschaft

3.2.1. Das Automobil wird zum alltäglichen Gebrauchsgegenstand

Nachdem in den 50er-Jahren die verkehrspolitischen Weichenstellungen für eine zukünftige Massenmotorisierung vorgenommen worden waren, erfolgte in den 60er-Jahren der großflächige Ausbau des Straßennetzes. Mit erheblichem finanziellen Aufwand wurde das bundesdeutsche Straßennetz instand gesetzt und vergrößert. Dietmar Klenke beschreibt die Verkehrspolitik dieser Zeit als „politikfreien Automatismus in Richtung autogerechte Gesellschaft“.⁴⁰⁴ Während das Fernstraßennetz zwischen 1950 und 1960 nur um 7.700 Kilometer gewachsen war, nahm die Gesamtlänge in den 60er-Jahren um 25.000 Kilometer zu. Der Anteil der Ausgaben für Straßenbau an den öffentlichen Gesamtausgaben stieg von 5,4% im Jahr 1955 binnen acht Jahren auf 7,3%. In absoluten Zahlen betrug die Steigerung zwischen 1959 und 1970 knapp 10 Milliarden Deutsche Mark, nämlich von 5,1 Milliarden auf 14,9 Milliarden.

Seit der Einführung der Pendlerpauschale Mitte der 50er-Jahre explodierten die Zulassungszahlen von 1,7 Millionen im Jahr 1955 auf 4,4 Millionen Fahrzeug nur fünf Jahre später.⁴⁰⁵ Ende der 60er-Jahre fuhren bereits 13 Millionen Pkw auf Deutschlands Straßen und die Shell-Mineralölgesellschaft prognostizierte in ihrer Analyse der Pkw-Bestandsentwicklung einen Anstieg der Zulassungszahlen auf etwa 20 Millionen bis zum Beginn der 80er-Jahre. Das entsprach mehr als einer Verzehnfachung des Pkw-Bestandes in einem Zeitraum von 25 Jahren.⁴⁰⁶ Damit stieg die Zahl der Einwohner pro Automobil von 60 im Jahre 1953 auf weniger als fünf am Ende der 60er-Jahre. 1972 gab es in der Bundesrepublik so viele Autos, dass die gesamte Bevölkerung Westdeutschlands gleichzeitig im Automobil hätte Platz nehmen können. Jeder zweite Haushalt verfügte über einen eigenen Wagen und 70% der Familien waren motorisiert. Fünf Jahre später wäre es Westdeutschland möglich gewesen, die gesamte Bevölkerung der DDR ebenfalls in die vorhandene Automobilflotte einsteigen zu lassen.⁴⁰⁷ Zugleich veränderte sich die soziale Struktur der Automobilbesitzer im Verlauf der 50er- und 60er-Jahre erheblich. Während 1950 der Anteil der Arbeiter und Angestellten an der Gruppe der Automobilbesitzer noch bei circa 7%

⁴⁰⁴ Zum Thema Straßenbau und zu den im Folgenden angeführten Zahlen siehe: Klenke: Stau, S.63-66.

⁴⁰⁵ Prognose des Kraftfahrzeugbestandes bis 1975, hg. von der Shell AG, Hamburg 1961, S.1.

⁴⁰⁶ Die Motorisierung in Bund und Ländern bis 1985, hg. von der Shell AG, Hamburg 1969, S.1-4.

⁴⁰⁷ Prognose des PKW Bestandes. Die Motorisierung im Spannungsfeld von Eigendynamik und Bremsfaktoren, hg. von der Shell AG, Hamburg 1973, S.5.

gelegen hatte, stieg dieser auf über 50% im Jahr 1960.⁴⁰⁸ Das Kraftfahrzeug war vom Luxusgut und Produktionsmittel zum Konsumgut geworden. Arbeiter und Angestellte legten sich einen Wagen zu, um ihr Bedürfnis nach individueller Mobilität zu befriedigen. In den Augen dieser Käufer war das Auto ein Gebrauchsgegenstand, vergleichbar mit einem Kühlschrank oder einem Fahrrad.⁴⁰⁹ Es diente nicht mehr primär der Produktion, sondern der Rekreation und dem subjektiven Bedürfnis nach sozialer Distinktion.⁴¹⁰

Die rasant steigenden Absatzzahlen, insbesondere im Bereich der Klein- und Kleinstfahrzeuge, waren Ausdruck dieser neuen, auf Konsum orientierten Nachfrage nach Automobilen. Der Beginn der Massenmotorisierung war für den Bundesbürger aber nicht nur an nüchternen Zulassungszahlen ablesbar. Vor allem die rasch wachsende Vielfalt unterschiedlicher Marken und Modelle im Straßenbild dokumentierte eindrucksvoll das Vordringen des Automobils in breite Kreise der Bevölkerung. Denn mit der Nachfrage wuchs das Angebot und schon bald gab es Autos für jeden Geschmack und Geldbeutel. Vom zweisitzigen Kabinenroller mit gerade einmal acht Pferdestärken bis zum Mercedes 230 SL mit 150 PS-Motor und 200 Stundenkilometern Spitzengeschwindigkeit reichte die Bandbreite an Fahrzeugen, die im täglichen Verkehr nebeneinander her rollten. Es war die Zeit von Unternehmerpersönlichkeiten wie Hans Glas oder Carl Friedrich Borgward, die, vom rasch wachsenden Automobilmarkt angelockt, als Einzelunternehmer aus bescheidenen Mitteln eine Kfz-Produktion aufgebaut hatten. Ähnlich wie in den Pioniertagen des Automobils entstanden aus kleinen Werkstätten erfolgreiche Firmen, wie im Fall Porsche, oder es waren Unternehmer aus anderen Industriezweigen, die sich im Automobilbau versuchten, wie beispielsweise Messerschmidt oder Dornier.⁴¹¹ Die rasant gestiegene Nachfrage resultierte in einem Verkäufermarkt, in dem die großen Hersteller die bestehende Nachfrage kaum befriedigen konnten und in dem kleine und exotische Hersteller eine Nische für sich fanden. Die Massenmotorisierung führte keineswegs zu einer „Vermassung“ oder Uniformität,

⁴⁰⁸ Siehe dazu **Südbeck, Thomas**: Motorisierung, Verkehrsentwicklung und Verkehrspolitik in der Bundesrepublik Deutschland der 1950er Jahre. Zwei Beispiele: Hamburg und das Emsland, Diss., Hamburg 1992.

⁴⁰⁹ Zur kulturhistorischen Bedeutung dieses Wandels vom Luxusgut zum Gebrauchsgegenstand siehe **Ruppert, Wolfgang**: Das Auto. Herrschaft über Raum und Zeit, in: Ders. (Hrsg.): Fahrrad, Auto, Fernsehschrank. Zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge, Frankfurt/M 1993, S.119-161.

⁴¹⁰ Laut einer Umfrage des Allensbacher Instituts für Demoskopie nutzten in den 60er-Jahren etwa 60% aller Pkw-Besitzer ihren Wagen ausschließlich oder überwiegend für Privatfahrten. Siehe **Institut für Demoskopie Allensbach**: Jahrbuch der Öffentlichen Meinung, hg. von Elisabeth Noelle und Erich P. Neumann, Bd.5, Bonn 1974, S.423.

⁴¹¹ Glas, ein Selfmademan, der 1923 noch als Obdachloser im New Yorker Central Park übernachten musste, hatte aus einer Landmaschinenfabrik in Dingolfing binnen kurzer Zeit eine Automobilfirma geformt, die mit einem jährlichen Ausstoß von 33.000 Stück über immerhin etwa ein Zehntel der Produktionskapazitäten des Volkswagenwerks verfügte. Zur Geschichte der Hans Glas GmbH siehe die Titelgeschichte in: Der Spiegel vom 22. Mai 1957, S.45-53. Zur Geschichte der Borgward-Werke siehe **Kubisch, Ulrich und Volker Janssen**: Borgward. Ein Blick zurück auf Wirtschaftswunder, Werksalltag und einen Automythos, Berlin 1984.

sondern provozierte eine bunte Vielfalt von Farben, Formen und Konstruktionen. Ob Front-, Mittel- oder Heckmotor, ob Zweitakter oder Viertakter, Ottomotor, Dieselmotor, Turbinenantrieb oder Wankelmotor – eine derartige Auswahl an unterschiedlichen Konstruktionen wie am Anfang der Massenmotorisierung sollte es danach nicht wieder geben.⁴¹²

Indem das Auto zum Gebrauchsgegenstand wurde, bekam es immer mehr den Charakter des Alltäglichen. Es beeinflusste und prägte zunehmend die Lebenswelt und die Alltagskultur. Dies zeigte sich zum Beispiel in der sprunghaften Zunahme der sogenannten Ratgeber-Literatur. Bücher über richtiges Fahrverhalten, die Durchführung von Reparaturen am eigenen Fahrzeug oder Ausflugsziele im Umland erreichten Ende der 50er-Jahre hohe Auflagenzahlen.⁴¹³ Das Autofahren stellte für die allermeisten Deutschen eine neue Herausforderung dar, für die es noch keine etablierten und vermittelten kulturellen Praktiken gab, an denen der Einzelne sich hätte orientieren können. Bücherwissen musste in dieser Phase ausgleichen, was Kinder heutzutage bereits spielerisch als Mitfahrer lernen. Auch in der Motorpresse erschienen nun immer häufiger Artikel, die dem Leser helfen sollten, sich in seiner neuen Rolle als Automobilist zurechtzufinden. Besonders wichtig waren in diesem Zusammenhang die Auto-Testberichte. Die Beurteilung verschiedener Modelle anhand unterschiedlicher Prüfkriterien diente vor allem dazu, dem zukünftigen Autofahrer eine Entscheidungshilfe für die Auswahl eines geeigneten Wagens an die Hand zu geben. Automobile Themen blieben aber keineswegs auf die Motorpresse beschränkt. So erschien beispielsweise in der viel gelesenen Illustrierten „Quick“ seit 1961 in jeder Ausgabe ein Autotest, daneben die Kolumne „Fahr schick mit Quick“, die Tipps zum richtigen Verhalten im Straßenverkehr enthielt. Auch die Wochenzeitschrift „Der Stern“ veröffentlichte seit 1960 eine Autorubrik unter dem Titel „Sternmotor“.⁴¹⁴

Wie groß der Stellenwert des Automobils im täglichen Leben der Bundesbürger geworden war, dokumentierte eine Umfrage, die Anfang der 70er-Jahre im Auftrag der Zeitschrift „Der Spiegel“ vom Allensbacher Institut für Demoskopie durchgeführt wurde.⁴¹⁵ Als Ergebnis der

⁴¹² Zum Automobilbau vgl. **Möser, Kurt:** Geschichte des Autos, Frankfurt/M und New York 2002, S.221-243. Eine Übersicht der Marken und Modelle gibt **Oswald, Werner:** Deutsche Autos 1945-1975, 12. Auflage, Stuttgart 1987.

⁴¹³ Möser: Geschichte, S.314.

⁴¹⁴ Auch „Der Spiegel“ berichtete regelmäßig über neue Automodelle. Im ersten Heft des Jahres 1962 erschien auf den Seiten 62-67 ein umfangreicher Testbericht über den Ford Taunus 17M, für den 3.000 Automobilbesitzer zu ihrer Meinung über das Modell befragt wurden. In den folgenden Jahren wurden derartige Test- und Umfrageberichte circa zwei- bis viermal pro Jahr publiziert. Bis zum Ende des Untersuchungszeitraums der vorliegenden Arbeit erschienen mehr als 30 dieser Berichte, die einen Querschnitt der Automode und der Konsumtrends darstellen.

⁴¹⁵ Die Ergebnisse der Befragung sind erschienen in: Der Spiegel, 1971, H.53, S.36-50, unter dem Titel „Ans Steuer lass’ ich keinen anderen“. Zusätzlich gibt es einen Bericht des Allensbacher Instituts über die Ergebnisse

Untersuchung hielten die Redakteure des „Spiegel“ fest, dass Deutschlands Autofahrer der individuellen Mobilität einen so hohen persönlichen Stellenwert beimessen würden, dass sie nicht nur zu erheblichen Opfern bereit wären, sondern sich auch bezüglich der realen Gefahren, Probleme und Kosten der motorisierten Fortbewegung systematisch selbst täuschen würden. *„Mancher, der vergebens Mitmenschen von einer Wahrheit überzeugen will, mag Deutschlands Autofahrer beneiden um die Fähigkeit, sich selbst zu belügen über die Wirklichkeit auf dem Asphalt, in der sie größtenteils nicht leben müssen, aber allesamt leben wollen.“*⁴¹⁶ Anhand von Daten zu allgemeinen Einstellungen und Werthaltungen, automobilbezogenen Nutzungsgewohnheiten und Ausgaben sowie Einschätzungen zum eigenen Fahrverhalten und zur aktuellen Verkehrssituation gelang es den Allensbacher Meinungsforschern zu zeigen, wie fest das Automobil in den alltäglichen privaten und beruflichen Abläufen der Bundesbürger verwurzelt war.⁴¹⁷ Ein großer Teil des verfügbaren Einkommens wurde für die Anschaffung eines Wagens gespart und oftmals mussten andere Ausgaben dahinter zurückstehen. Ob bei der Fahrt zum Arbeitsplatz, in den Urlaub oder zum Einkaufen, das Auto wurde bei nahezu jeder sich bietenden Gelegenheit genutzt, auch dann, wenn andere Verkehrsmittel kostengünstiger waren. Neun von zehn Bundesbürgern wuschen und pflegten ihren Wagen eigenhändig, ein Großteil davon einmal wöchentlich. Manch einer verbrachte mehr Zeit im und mit dem Auto als mit seinen Kindern zu Hause. *„Wie unentbehrlich ihnen ihr Auto geworden ist, verrieten viele beim Umfrage-Interview, ohne es überhaupt zu merken. Wenn die Autofahrer danach gefragt werden, wie viel jemand denn wohl braucht, um davon mit seiner Familie leben zu können, so rechnet jeder Zweite die Kosten für das Auto gleich mit. So lebensnotwendig ist es vielen geworden.“*⁴¹⁸

der Befragung. Siehe: Allensbacher Berichte, Nr.33b vom 27. Dezember 1971. Der Bericht befindet sich im Archiv des Instituts für Demoskopie in Allensbach.

⁴¹⁶ Der Spiegel, 1971, H.53, S.50.

⁴¹⁷ Zur Alltagsgeschichte des Automobils siehe **Koshar, Rudy:** On the History of the Automobile in Everyday Life, in: Contemporary European History, 2001, Bd.10, S.143-154.

⁴¹⁸ Der Spiegel, 1971, H.53, S.39.

3.2.2. Das Automobil als Symbol der Partizipationschancen des westlichen Konsummodells

Mit seinem Vordringen in die Haushalte der Angestellten und Arbeiter im Zuge der Breitenmotorisierung, mit seinem Bedeutungsgewinn im alltäglichen Leben der Bundesbürger wurde das Automobil verstärkt zur Projektionsfläche privater Hoffnungen, Wünsche und Sehnsüchte. Die Wahrnehmung, Aneignung und Nutzung des Automobils vollzog sich nun auf einer sehr viel breiteren Ebene als in den Jahrzehnten zuvor. Damit veränderte sich auch seine symbolische Bedeutung. *„Das Automobil ist das Symbol dafür geworden, dass der moderne Mensch unmittelbaren Anteil hat an der Wohlstandsmehrung, die uns der technische Fortschritt in Verbindung mit der arbeitsteiligen Weltwirtschaft ermöglicht hat“*, schrieb die „ADAC-Motorwelt“.⁴¹⁹ Der Wandel, den die symbolische Bedeutung des Automobils im Zuge der Massenmotorisierung vollzog, deutet sich in dem Wort „unmittelbar“ an. Was genau mit „unmittelbarem Anteil“ gemeint war, lässt sich wohl am besten anhand der Entwicklung in der Automobilindustrie selbst zeigen. Bis etwa Mitte der 50er-Jahre war die Teilhabe der Arbeiter und Angestellten im Kraftfahrzeugbau an den stetig steigenden Absatzzahlen zumeist quasi indirekt gestaltet, also in Form von Lohnerhöhungen oder dem Aufstieg in höher qualifizierte Arbeitsbereiche. Die Wechselwirkung aus steigenden Löhnen und wachsender Produktion hatte zur Folge, dass für den Werksangehörigen irgendwann das von ihm selbst hergestellte Produkt erschwinglich wurde. Ähnlich wie bei Ford ein halbes Jahrhundert zuvor stellte der Arbeiter nicht mehr nur ein Produkt für einen anonymen Käufer her, sondern er selbst wurde zum Käufer und belebte die Nachfrage für seine eigene Arbeit.⁴²⁰ Die Möglichkeit, selbst einen Wagen zu erwerben, bedeutete für die Arbeiter von Volkswagen oder Daimler-Benz daher, direkt an der Motorisierung teilzuhaben. Impliziert war damit auch, dass nicht nur die Arbeiter der Autofirmen auf diese Art am Aufschwung partizipierten. Jeder einzelne Bürger sollte direkt am Fortschritt der Motorisierung beteiligt werden, indem er zum Besitzer eines eigenen Kraftfahrzeugs wurde. Mit der Massenmotorisierung verschob sich der Bedeutungsgehalt des Automobils also insofern, als es nun nicht mehr primär ein Symbol für die volkswirtschaftliche Funktion der Kfz-Industrie als Konjunkturmotor war, sondern für die unmittelbare Teilhabe des Einzelnen am wirtschaftlichen Aufschwung stand.

⁴¹⁹ ADAC-Motorwelt, 1961, Bd.14, S.308.

⁴²⁰ Zur These, die Automobilindustrie sei in der westdeutschen Nachkriegsgeschichte der Schrittmacher für Fordismus und Automatisierung gewesen, siehe **Wellhöner, Volker**: Wirtschaftswunder, Weltmarkt, westdeutscher Fordismus. Der Fall Volkswagen, Münster 1996.

Als das teuerste und aufwändigste Konsumgut, das man erwerben konnte, verkörperte das Automobil wie kein anderer Gegenstand das Vordringen von Wohlstand und Fortschritt in immer breitere Kreise der Bevölkerung. Damit repräsentierte es die Transformation der bundesrepublikanischen Nachkriegsgesellschaft in eine Gesellschaft des modernen Massenkonsums.⁴²¹ Es wurde zum greifbaren Substrat des politischen Versprechens, Wohlstand für alle zu schaffen. Der ADAC, dessen Größe und Einfluss mit den Jahren stetig gewachsen war, veröffentlichte 1965 sogar ein „Manifest der Kraftfahrt“.⁴²² Dieser in der Öffentlichkeit breit diskutierte Text war ein Katalog politischer Forderungen, die eine landesweite Individualmotorisierung zum Ziel hatten. *„Das Automobil ist ein Gebrauchsgegenstand für jedermann zur Befriedigung von Alltagsbedürfnissen, wie sie in einer freien Welt zur fortschrittlichen Gestaltung unseres Lebens gehören“*, hieß es im Manifest. Der ADAC brachte damit zum Ausdruck, dass ein Automobil in der modernen westlichen Gesellschaft zu einem alltäglichen Gut geworden sei, dass jedem Konsumenten zur Verfügung stehen sollte. *„Die Jahre, in denen das Automobil ein Attribut für Reichtum und Luxus war, sind seit langem vorüber.“* Dieser Wandel vom Produktionsmittel zum Konsumgut sei, so das Manifest weiter, gesellschaftspolitisch beabsichtigt, denn er sei Ausdruck einer Erweiterung der Partizipationsmöglichkeiten des Individuums und damit kennzeichnend für die moderne Konsumgesellschaft. *„Die Sozial- und Wirtschaftspolitik [...] betrachtet den Kraftverkehr nicht nur als Motor einer modernen Wirtschaft, sondern sie sieht in gleicher Weise den privaten Besitz und Betrieb eines Automobils als beabsichtigten und jedem Bürger zugebilligten Wohlstandsanteil. Die weitere Steigerung der Motorisierung ist deshalb nicht nur eine zwangsläufige Folge des stets wachsenden ‚Wohlstandes für alle‘, sondern ausdrücklich erklärter politischer Wille des Staates.“* Das Automobil wurde in der Vorstellungswelt des ADAC so sehr mit Massenkonsum und Wohlstandspartizipation identifiziert, dass die Motorisierung einen sozialen Fortschritt von nationaler Bedeutung markierte. *„Der Kraftfahrer ist keine Klasse für sich, er repräsentiert durch die fortschreitende Motorisierung bereits die Masse des Volkes“*, verkündete das Manifest und

⁴²¹ Für einen sehr kursorischen Überblick zur Konsumgeschichte Westdeutschlands siehe **Andersen, Arne**: Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute, Frankfurt/M und New York 1997. Aufschlussreich für die Entwicklung der westdeutschen Konsumkultur, wenngleich mit etwas anderer Schwerpunktsetzung, ist **Siegfried, Detlef**: Time is on my Side. Konsum und Politik in der westdeutschen Jugendkultur der 60er-Jahre, Göttingen 2006. Zur Veränderung des Konsumverhaltens siehe vor allem **Wildt, Michael**: Am Beginn der Konsumgesellschaft. Mangelserfahrung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren, Hamburg 1993.

⁴²² Der Text des Manifests ist abgedruckt in: ADAC-Motorwelt, 1965, Bd.18, H.5, S.28ff. Der ADAC hatte 1965 circa 900.000 Mitglieder und die Clubzeitschrift „ADAC-Motorwelt“ erschien monatlich mit einer Auflagenstärke von einer Million Exemplaren. Eine Umfrage ergab, dass jedes Heft im Durchschnitt von vier Personen gelesen wurde. Das „Manifest der Kraftfahrt“ erreichte also über 5% der deutschen Bevölkerung unmittelbar.

setzte damit die Interessen der Kraftfahrt mit dem Gemeinwohl gleich. Vizepräsident Hans Bretz nahm daher für den ADAC in Anspruch, keine „*Standesorganisation*“ zu sein, die „*einseitig ausgerichtete Interessen zu vertreten hätte, denn wir glauben, dass die Interessen der Kraftfahrt die Interessen des gesamten deutschen Volkes sind.*“⁴²³

Der Gedanke, Massenmotorisierung mit sozialem Fortschritt zu identifizieren, wurde auch von der Automobilindustrie immer wieder propagiert. Dabei betonte VDA-Präsident Richard von Brunn, dass die Automobilindustrie an der Breitenmotorisierung nicht nur interessiert sei, „*weil sie die Fahrzeuge liefert*“, sondern weil man der Überzeugung sei, „*dass der Individualverkehr Schrittmacher wirtschaftlichen und gesellschaftspolitischen Fortschritts ist.*“⁴²⁴ Für den Einzelnen verkörperte das Auto also die Chancen und Möglichkeiten, die sich ihm persönlich durch den Massenkonsum der Wohlstandsgesellschaft eröffneten. Und die Internationalen Automobilausstellungen in Frankfurt dienten gleichsam als Schaufenster, das einen Blick freigab auf die Verheißungen einer schönen neuen Warenwelt. Die „Automobil-Revue“ schrieb anlässlich der IAA 1961, die „*chromblitzenden Modelle*“ seien heutzutage keine Fahrzeuge für eine ausgewählte Schicht, „*sondern für jedermann.*“ Und weiter, „*jeder vierte deutsche Autofahrer ist heute ein Arbeiter, [...] auf rund 1000 Einwohner unseres Landes [...] kommen 70 Automobile. Im sogenannten Arbeiter- und Bauernstaat der Sowjetzone aber sind es nur acht.*“⁴²⁵

Der Vergleich mit den Verhältnissen in Ostdeutschland war in diesem Zusammenhang keineswegs zufällig gewählt, denn mit der gewandelten symbolischen Bedeutung des Automobils rückte die Motorisierung in Ostdeutschland stärker ins Zentrum der Aufmerksamkeit.⁴²⁶ Der in der Presse immer wieder angestellte Vergleich mit dem Stand der Motorisierung in der DDR sollte die eigene Fortschrittlichkeit demonstrieren und verdeutlichte damit gleichzeitig, welche herausragende politische Bedeutung das Automobil als Symbol für das bundesrepublikanische Modell der „sozialen Marktwirtschaft“ hatte.⁴²⁷

⁴²³ ADAC-Motorwelt, 1965, Bd.18, H.1, S.16.

⁴²⁴ Interview mit VDA-Präsident Richard von Brunn, erschienen in: Motor-Rundschau, 1969, Bd.39, S.681.

⁴²⁵ Automobil-Revue, 1961, Bd.36, H.10, S.25.

⁴²⁶ Grundlegend für die Geschichte des Automobilbaus in Ostdeutschland ist **Kirchberg, Peter**: Plaste, Blech und Planwirtschaft. Die Geschichte des Automobilbaus in der DDR, 2. Auflage, Berlin 2001. Zum Straßenbau in der DDR und zum Motorisierungskonzept der SED siehe **Doßmann, Axel**: Begrenzte Mobilität. Eine Kulturgeschichte der Autobahnen in der DDR, Essen 2003. Zur verspäteten Motorisierung in der DDR siehe **Weymar, Thomas**: Das Auto. Statussymbol auch im Sozialismus. Soziale und politische Folgeprobleme des Individualverkehrs in der DDR, in: Deutschland Archiv, 1977, Bd.10, S.271-288.

⁴²⁷ Die zentrale Stellung des Automobils und des Eigenheims im Konsum- und Gesellschaftsmodell der Bundesrepublik haben herausgearbeitet **Polster, Werner und Klaus Voy**: Eigenheim und Automobil. Materielle Fundamente der Lebensweise, in: Dies. und Claus Thomasberger (Hrsg.): Gesellschaftliche Transformationsprozesse und materielle Lebensweise, Marburg 1993, S.293-256. Zur Auseinanderentwicklung beider deutscher Staaten als Folge der Teilung siehe **Jarausch, Konrad H. und Hannes Siegrist (Hrsg.)**: Amerikanisierung und Sowjetisierung in Deutschland 1945-1970, Frankfurt/M und New York 1997. Für den

Die Erfolge der westdeutschen Breitenmotorisierung verwiesen letztlich auf die Überlegenheit des politischen Systems. Dazu schrieb die „Motor-Rundschau“ in einer Beurteilung der Kraftfahrzeugproduktion der DDR: *„Ein Begriff davon, wie wesentlich verschieden die wirtschaftlichen Verhältnisse diesseits und jenseits des eisernen Vorhanges sind, gibt ein Vergleich der westdeutschen Automobilproduktion mit dem Kraftfahrzeugprogramm der Sowjetzone. Dabei handelt es sich bei diesem Programm nur um einen Plan, der erst verwirklicht werden soll, von dem also noch gar nicht feststeht, ob er einmal voll realisiert wird. Die Tendenz zur Konzentrierung und Typenbeschränkung ist das Merkmal dieses sowjetzonalen Plans. Im Personenwagenbau will man nur drei Typen herstellen, einen Kleinwagen P 50, einen Mittelwagen Wartburg und einen großen Wagen Horch. [...] Wenn man sich vor Augen hält, welche Rolle einmal das mitteldeutsche Gebiet, das heute die Sowjetzone ist, im deutschen Automobilbau gespielt hat, dann wird an diesem sowjetzonalen Produktionsprogramm klar, dass dort in einem zentralverwaltungswirtschaftlichen System tatsächlich aus dem Mangel gearbeitet wird.“*⁴²⁸ In diesem vor allem von der bürgerlichen Presse und den Motorjournalen verbreiteten Argumentationsmuster wurde das Auto in seiner jeweils spezifischen Konstruktions- und Produktionsweise zum Symbol für die beiden Gesellschaftsordnungen in Ost und West. *„Mitteldeutsche Besucher sind in Wolfsburg stets gleichermaßen beeindruckt von der technisch-wirtschaftlichen Leistung wie von der Offenheit, mit der sie jedem, der sie sehen möchte, vom Volkswagenwerk vor Augen geführt wird“*, hieß es beispielsweise in einem Bericht über das Volkswagenwerk. Und weiter, im Hinblick auf die Tatsache, dass immer mehr Arbeiter sich selbst einen Volkswagen kaufen konnten: *„Im Volkswagenwerk werden die östliche Planwirtschaft und ihre ‚sozialen Errungenschaften‘ gewissermaßen täglich durch die Wirklichkeit der freien Welt widerlegt.“*⁴²⁹

Im Osten sei ein Gesellschaftssystem errichtet worden, dessen Rückständigkeit nicht zuletzt durch seine motorisierungsfeindliche Haltung unter Beweis gestellt werde.⁴³⁰ So stellte die

Versuch, die bislang zumeist getrennt verlaufende Konsumforschung zu beiden Teilen Deutschlands zusammenzuführen, siehe **Crew, David F. (Hrsg.):** Consuming Germany in the Cold War, Oxford 2003.

⁴²⁸ Motor-Rundschau, 1956, Bd.26, S.83. Ganz ähnlich urteilt die Zeitschrift mehr als ein Jahrzehnt später. Dort heißt es über die Automobilproduktion in Osteuropa: *„Hauptursachen des Rückstandes in der Personenwagenfertigung sind vor allem die politisch-ökonomische Konzeption, ungenügende Industrialisierung, geringe Wirtschaftlichkeit, Unterdrückung des Austausches mit dem Westen und gegenseitige Wirtschafts isolation. Die Lage der Motorisierung ist ein deutliches Beispiel für die erfolglose Wirtschaftspolitik dieser Länder. Wie soll man es sich sonst erklären, dass sie noch heute nicht fähig sind, eine Erweiterung der Pkw-Erzeugung aus eigener Kraft vorzunehmen, daher aber Lizenzen im Westen kaufen müssen und auch zur Einrichtung der Produktion auf die westlichen Länder angewiesen sind?“* Siehe: Motor-Rundschau, 1969, Bd.39, S.766.

⁴²⁹ Der VW. Ein Symbol des Wiederaufbaus, in: Wirtschafts-Correspondent vom 11. April 1954.

⁴³⁰ Noch im Jahr 1965 gingen etwa 40% der westdeutschen Bevölkerung von der Annahme aus, dass es in Ostdeutschland gar keine Automobilproduktion gebe. Die Ergebnisse der Umfrage finden sich in **Institut für**

Zeitschrift „Das Auto“ einen 1951 in Westberlin abgehaltenen Autosalon dar als eine *„politische Demonstration des westlichen Wirtschaftsprinzips – demonstriert auf dem vorgeschobenen Posten Berlin inmitten eines Gebiets, das nach dem Willen seiner Besatzungsmacht dem anderen Wirtschaftsprinzip huldigt.“* Betont wurde in dem Artikel die besondere symbolische Funktion des Automobils, denn *„keine Messe irgendeines anderen industriellen Erzeugnisses könnte wirkungsvoller und eindringlicher, nachhaltiger und überzeugender den Unterschied zweier Lebensanschauungen demonstrieren als das motorisierte Fahrzeug.“* Die Fortschrittlichkeit Westdeutschlands, die durch den Motorisierungsvorsprung zum Ausdruck komme, sei aber eine Verpflichtung für die Politik, auch in Zukunft das Automobil und damit den Fortschritt zu fördern, folgte der Autor und attackierte die Steuererhöhungen der Regierung: *„Wenn die politische Demonstration der Berliner Autoschau nicht eine Phrase und leere Illusion werden soll, dann darf der Beschluss des Bundeskabinetts [...] nicht in die Wirklichkeit umgesetzt werden. Wenn eine Finanzpolitik erwägt, Metzgern, Bäckern, Universitätsprofessoren oder in Krankenhäusern fest angestellten Ärzten die Haltung eines Personenkraftwagens [...] unmöglich zu machen [...], dann haben wir das Recht verwirkt, gegen die Wirtschaftsprinzipien des Osten gewaltige Reden zu halten, denn dann ist in der Konsequenz der Unterschied aufgehoben.“*⁴³¹ Hier wurde die Kraftfahrzeugdichte zum Gradmesser für die Überlegenheit der marktwirtschaftlichen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung und der Motorisierungsgrad zum Fortschrittsindikator. Dabei entsteht beinahe der Eindruck, als sei der Motorisierungsvorsprung der wichtigste Unterschied zwischen Kommunismus und Kapitalismus.

Das Auto verdeutlichte also nicht nur den unterschiedlichen Motorisierungsgrad, sondern verwies auf grundsätzlich verschiedene Partizipationschancen in den beiden Teilen Deutschlands. Das Auto sei *„zum Symbol des Wohlstands einer freien Welt diesseits der Berliner Backsteinmauern und Stacheldrähte“* geworden, führte beispielsweise die „Automobil-Revue“ in einem Bericht über die Internationale Automobilausstellung aus. Die Frankfurter Messe sei aus diesem Grund *„mehr als jemals zuvor zu einem Bekenntnis für die freiheitlichen Strukturen unserer Völker geworden.“*⁴³² Das Auto wurde dabei zum Symbol für die Verschiedenheit der politischen Systeme, zum *„sichtbaren Ausdruck der Lebenshaltung von ganzen Volkswirtschaften und ebenso der einzelnen Bürger“*, wie der ADAC feststellte.⁴³³ Gerade der Vergleich des ost- und westdeutschen Automobilmarktes

Demoskopie Allensbach: Jahrbuch der Öffentlichen Meinung, hg. von Elisabeth Noelle und Erich P. Neumann, Bd.4, Bonn 1967, S.406.

⁴³¹ Das Auto, 1951, Bd.6, S.644f.

⁴³² Automobil-Revue, 1961, Bd.36, H.10, S.25.

⁴³³ ADAC-Motorwelt, 1961, Bd.14, S.308.

verdeutlichte für die Menschen diesseits, aber auch jenseits des „eisernen Vorhanges“, wie weit die Bundesrepublik auf ihrem Weg in die Ära des modernen Massenkonsums bereits vorangeschritten war. Für den westdeutschen Bürger wurde das Automobil zum Beweis dafür, dass die Bundesrepublik im Vergleich zur DDR die weitaus besseren Konsummöglichkeiten bot und damit als das überlegene Gesellschaftsmodell erschien. Gerade durch die Kontrastierung mit den Verhältnissen in der DDR erschienen die Arbeits- und Lebensbedingungen in der Bundesrepublik deutlich attraktiver und fortschrittlicher.

Dem direkten Vergleich hielt die DDR Anfang der 60er-Jahre aus Sicht der Mehrzahl der Bundesbürger ebenso wenig stand wie die Auto-Modelle aus dem Ostblock. Dies wird durch eine Vielzahl abqualifizierender Testberichte über ostdeutsche Kraftfahrzeuge belegt.⁴³⁴ Der bekannte Motorjournalist Fritz Busch schrieb beispielsweise über das verhältnismäßig moderne tschechische Auto Skoda Typ 1000 einen kritischen Testbericht unter dem Titel „Die Kirsche aus Nachbars Garten“.⁴³⁵ Für westdeutsche Verhältnisse sei der Wagen aufgrund seiner konstruktiven Rückständigkeit nicht zu empfehlen. *„Für die Leute im Osten“* aber, so Busch, *„ist der Skoda so etwas wie ein Traumwagen, und gemessen an den steinalten Vorkriegsautos, die in Ulbrichts und Nowotnys Herrschaftsbereich gefahren und mühsam am Leben erhalten werden, gemessen auch an Trabant und Moskwitsch, ist der Skoda die süße Kirsche unter grünen Zwetschgen.“*⁴³⁶ Doch nicht nur der qualitative Unterschied wurde von Busch hämisch hervorgehoben, er kommentierte auch die Tatsache, dass dieser „Traumwagen“ trotz seiner billigen Verarbeitung für die meisten Ostdeutschen noch immer viel zu teuer sei. *„Die Leute da drüben träumen von ihm, und sie meinen den Skoda, [...] den man sich in der Bundesrepublik ohne Anzahlung und ohne Wechsel und natürlich auch ohne Wartezeit aus dem Laden holen kann. Er motorisiert hier den ganz kleinen Mann, der nicht einmal einen Hunderter in Reserve hat. Drüben ist er für die meisten Arbeitnehmer unerreichbar, es ist eben das Paradies der Werktätigen. Auch Adam und Eva mussten zu Fuß gehen.“*⁴³⁷

⁴³⁴ In: Automobil-Revue, 1967, Bd.42, H.3, S.25f, erschien ein Artikel über die Automobilausstellung in Brüssel, in der es über die dort ausgestellten Wagen aus der DDR heißt: *„Der Wartburg aus Eisenach hat mit dem Mut der Verzweiflung zu einer List gegriffen. Mit Modellbezeichnungen wie ‚Supermille‘ und ‚de Luxe‘ versucht er, sich aufzuwerten. Betrachtet man die Ausstattung, möchte man mitleidig den Kopf schütteln.“*

⁴³⁵ Der Stern vom 4. Juni 1967, S.99-103.

⁴³⁶ Ebd., S.99.

⁴³⁷ Ebd., S.102. Bereits 1955 hatte die „ADAC-Motorwelt“ die auf dem Genfer Autosalon ausgestellten Fahrzeuge des Ostblocks als Zeichen für die Rückständigkeit der kommunistischen Welt gewertet: *„Und falls jemand mit der optimistischen Erwartung nach Genf gekommen sein sollte, die Personenwagenfabriken jenseits des Eisernen Vorhanges würden ihre altherwürdigen Vehikel endlich mal durch neuzeitlichere ersetzen, sah er sich grausam enttäuscht. Es ist wirklich höchst merkwürdig: je ‚fortschrittlicher‘ sich ein Land nach außen hin gebärdet, desto rückständiger ist es auf allen Gebieten friedlicher Technik.“* Siehe: ADAC-Motorwelt, 1955, Bd.8, S.211

3.2.3. Erhard contra Nordhoff – Motive und Strategien der Akteure am Beispiel der Preispolitik des Volkswagenwerks

So einig wie sich Politik, Verbände und Industrie im Hinblick auf die Abgrenzung gegenüber dem Wirtschafts- und Gesellschaftssystem Ostdeutschlands waren, so unterschiedlich waren die Motivkonstellationen jedoch, wenn das Automobil als Symbol in sozialpolitischen Debatten instrumentalisiert wurde. Die verschiedenen Akteure hatten durchaus abweichende Auffassungen über Art und Richtung einer allgemeinen Wohlstandspartizipation und dies schlug sich auch in den verschiedenen Interpretationen des Autobildes nieder. Anhand einer Kontroverse zwischen Wirtschaftsminister Ludwig Erhard und Volkswagen-Generaldirektor Heinz Nordhoff aus dem Jahr 1962 sollen im Folgenden die unterschiedlichen Interessenlagen schlaglichtartig dargestellt werden. Am 30. März hatte das Volkswagenwerk eine Preiserhöhung um 10% für das Standardmodell des Käfers mit Wirkung ab dem 1. April verkündet, was einer Verteuerung um 390 Deutsche Mark entsprach. Zuvor hatten bereits die Firmen Auto Union und Glas ihre Preise deutlich erhöht.⁴³⁸ Erhard, der um die Stabilität der Währung besorgt war, hatte immer wieder eindringlich gefordert, auch im Aufschwung eine moderate Wachstums- und Preispolitik zu betreiben. Anfang 1962 hatte er erneut an alle Beteiligten appelliert, „Maß zu halten“. *„Wir sind an einer kritischen Schwelle angelangt, hinter der das Unheil liegt“*, so Erhards düstere Prognose.⁴³⁹ Entsprechend erbost war der Wirtschaftsminister daher auch über die angekündigten Preiserhöhungen und bestellte die Spitzen der deutschen Automobilindustrie, denen er „verantwortungsloses Verhalten“ vorwarf, am 25. April zu sich ins Wirtschaftsministerium. Vor allem mit Nordhoff soll es dem Vernehmen nach ein längeres Einzelgespräch gegeben haben, in dem sich der VW-Manager aber nicht dazu bereit erklärte, den Forderungen Erhards nachzugeben und die beschlossene

⁴³⁸ Für eine Chronologie der Ereignisse siehe: Vor dem letzten Akt, in: Frankfurter Neue Presse vom 2. Mai 1962. Nach der ersten Phase des Wiederaufbaus sanken, als Ergebnis einer voranschreitenden Rationalisierung der Produktion und einer Erhöhung des Ausstoßes, die Stückkosten in der Automobilindustrie so erheblich, dass es Anfang der 50er-Jahre zu einer Reihe von Preissenkungen kam. Ab Mitte der 50er-Jahre jedoch begannen die Preise sich in die andere Richtung zu bewegen. Dies hatte verschiedene Gründe. Durch die gewachsene Nachfrage, die den Beginn der Massenmotorisierung kennzeichnete, entspannte sich der Wettbewerb zwischen den Automobilherstellern wieder etwas, was mehr Raum für die Preisgestaltung ließ. Zugleich wollten die Hersteller angesichts des gestiegenen Bedarfs an Kraftfahrzeugen ihre Kapazitäten erweitern, was im Deutschland der Nachkriegszeit oftmals über eine Thesaurierungspolitik zu erreichen versucht wurde. Das bedeutete, die Firmen finanzierten den größten Teil ihrer Investitionen aus dem laufenden Kapitalfluss, anstatt an den Finanzmärkten Kredite aufzunehmen. Preisnachlässe hätten also die Investitionsfähigkeit in einer Phase rascher Expansion erheblich eingeschränkt. Zusätzlich gerieten die Margen der Automobilhersteller dadurch unter Druck, dass die Kurve der Rationalisierungsgewinne zunehmend abflachte. Rationalisierungen und Skaleneffekte aus dem Produktionswachstum hatten bis dahin die gestiegenen Kosten für Löhne und Materialien mehr als kompensiert, doch mit zunehmender Verbesserung der Produktion wurde es immer aufwändiger und kostspieliger, neue Einsparpotentiale zu realisieren.

⁴³⁹ Vor dem letzten Akt, in: Frankfurter Neue Presse vom 2. Mai 1962.

Preiserhöhung wieder rückgängig zu machen.⁴⁴⁰ Daraufhin drohte Erhard der Automobilindustrie öffentlich damit, die Einfuhrzölle für ausländische Kraftfahrzeuge herabzusetzen, um auf diese Weise das Preisniveau für Automobile wieder zu senken. Auf dem Höhepunkt der Kontroverse beschloss der Bundestag am 23. Mai mit den Stimmen der CDU-Fraktion eine Absenkung der Einfuhrzölle, um das Heft wieder in die Hand zu bekommen und gegenüber der bis dahin untätig gebliebenen Industrie das Gesicht zu wahren.

In der Öffentlichkeit wurde der Streit zwischen dem Wirtschaftsminister und der Autoindustrie mit großem Interesse verfolgt. Die Presse berichtete beinahe täglich über die aktuelle Entwicklung und in einer Umfrage gaben knapp drei Viertel der Bundesbürger an, über die Kontroverse informiert zu sein.⁴⁴¹ Die Mehrheit von ihnen war der Auffassung, dass es bei der Frage um mehr ging als nur um den Preis für Kraftfahrzeuge. Ein Großteil der Bundesbürger sah in der Erhard-Nordhoff-Kontroverse eine Zuspitzung der allgemeinen Diskussion um die Frage, ob der deutschen Wirtschaft die Gefahr einer „Konjunkturüberhitzung“ drohe.⁴⁴² „Die Welt“ stellte unter dem Titel „Der VW-Preis – eine heikle Kalkulation“ fest, das Automobil sei in der Konjunkturdebatte zu einem höchst umstrittenen Symbol geworden. *„Wird der Volkswagen teurer? Diese Frage lässt viele aufhorchen, die sich sonst durch Preiserhöhungen weniger erregen lassen. Doch der Volkswagen besitzt immer noch seine Symbolkraft, die er in der Zeit des wirtschaftlichen Wiederaufbaus in Deutschland gewonnen hat. Er ist nicht nur der augenfällige Beweis für die schnelle Motorisierung und für die Besserung der Lebenshaltung breiter Kreise. Er gilt auch als ein Maßstab für den Wert unserer Währung.“*⁴⁴³ Auch die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ konstatierte eine Politisierung des Automobils in der Debatte um wirtschaftliche Entwicklung und Preisstabilität. Die Kontroverse habe gezeigt, dass *„der Automobilpreis ein politischer Preis“* sei. *„Das heißt, diese Preise werden dem Ringen aller möglichen Gruppen und Interessen ausgesetzt sein, wie früher der Brotpreis.“*⁴⁴⁴

⁴⁴⁰ Zur Person Heinz Nordhoff siehe **Edelmann, Heidrun:** Heinz Nordhoff und Volkswagen. Ein deutscher Unternehmer im amerikanischen Jahrhundert, Göttingen 2003.

⁴⁴¹ Das Emnid Institut hatte in einer repräsentativen Umfrage nach der Bekanntheit der Erhard-Nordhoff-Kontroverse gefragt. 43% der Befragten gaben an, die Position Erhards zu unterstützen, 9% waren auf der Seite Nordhoffs, 20% hatten keine Meinung und die restlichen 28% hatten von der gesamten Kontroverse keine Notiz genommen. Die Ergebnisse der Umfrage sind abgedruckt in: Emnid Informationen. Monatlicher Dienst, hg. vom Emnid Institut, Bd.29, Bielefeld 1962, S.2f.

⁴⁴² Dieses Bild ergibt sich aus den Ergebnissen einer Umfrage, die das Divo-Institut ein Jahr zuvor durchgeführt hatte. Die komplette Umfrage zum Thema „Konjunkturüberhitzung“ ist abgedruckt in: Ereignisse und Probleme der Zeit im Urteil der Bevölkerung, hg. vom Divo-Institut für Wirtschaftsforschung, Sozialforschung und angewandte Mathematik, Bd.3/4, Frankfurt/M 1959/60, S.83ff.

⁴⁴³ Der VW-Preis. Eine heikle Kalkulation, in: Die Welt vom 24. März 1962.

⁴⁴⁴ Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 27. April 1962. Ähnlich kritisch im Hinblick auf die Politisierung ist: Prügelknabe Autoindustrie, in: Die Welt vom 19. Mai 1962: *„Alle schönen Prinzipien der Marktwirtschaft ändern nichts daran, dass auch der Bereich der ‚reinen Wirtschaft‘ zunehmend politisch wird. Das spricht nicht*

Die öffentlich ausgetragene Auseinandersetzung zwischen den Protagonisten Erhard und Nordhoff rückte das Automobil ins Zentrum einer bereits seit einiger Zeit schwelenden gesellschaftspolitischen Kontroverse um die Frage, wie der erwirtschaftete Wohlstand zu verteilen sei. Für Erhard, den zentralen Akteur auf politischer Seite, hatte das Automobil eine besondere Symbolwirkung im Vergleich zu anderen Konsumgütern, wenn es darum ging, plakativ zu verdeutlichen, dass die soziale Marktwirtschaft Wohlstand für alle bedeutete – und langfristig sogar ein Auto für alle. In seinen Eröffnungsreden auf der IAA spielte Erhard mehrfach auf diesen Sachverhalt an: *„Wenn wir darauf verzichten Automobile zu bauen, oder wenn wir auch nur uns damit begnügen wollten, auf einem gewissen Stand zu verharren – ja, meine Damen und Herren, dann verzichten wir ganz bewusst auf die volkswirtschaftliche und soziale Chance zum Nutzen unseres Volkes weiter voranzukommen.“*⁴⁴⁵ Und an anderer Stelle bemerkte Erhard, das Auto sei ein *„Zeichen des Wohlstandes beziehungsweise eines wachsenden Wohlstandes“*, und mit Blick auf die Kraftfahrzeugindustrie fügte er an, es sei *„des Schweißes der Edlen wert, einem Volk zu immer besserer und freierer Lebensführung zu verhelfen.“*⁴⁴⁶ Allerdings war Erhard nicht der Auffassung, dass diese Partizipation quasi über Nacht verwirklicht werden könne. Die Erhard'sche Konzeption der „sozialen Marktwirtschaft“ sah vor, dass nur durch stetiges Wachstum und ständige Effizienzsteigerung der Ausstoß an Gütern erhöht werden könne, was wiederum Preissenkungen nach sich ziehen müsse und somit einer wachsenden Zahl von Menschen die Wohlstandspartizipation durch Konsum ermögliche. Gleichzeitig stärke der anwachsende Konsum wiederum die Nachfrage und wirke sich somit stimulierend auf die Produktion aus.⁴⁴⁷ *„Es gibt nur einen Weg zum Fortschritt und das bei aller Verpflichtung den Ärmsten zu helfen und ihnen unsere ganze Unterstützung zu leihen – und das ist der, den Konsum eines ganzen Volkes, oben beginnend, dann immer stärker ausbreitend und schließlich die Gesamtheit eines Volkes umfassend, fortdauernd zu heben.“* Diesen Gedanken führte Erhard in einer Eröffnungsrede anlässlich der IAA aus und ergänzte: *„Denn, meine sehr verehrten Damen und Herren, woher sollen denn wirtschaftliche Wohlfahrt, soziale Sicherheit und sozialer Fortschritt kommen, wenn nicht*

gegen die Marktwirtschaft, es ist vielmehr ein Faktum der modernen Demokratie, mit dem der Unternehmer rechnen muss.“

⁴⁴⁵ Ansprache des Bundesministers für Wirtschaft, Ludwig Erhard, anlässlich der Eröffnung der 39. IAA am 17. September 1959, S.9. Ein Exemplar der Rede befindet sich im Nachlass Erhard, aufbewahrt im Archiv der Ludwig-Erhard-Stiftung unter der Signatur NE 524.

⁴⁴⁶ Ebd., S.15.

⁴⁴⁷ Zur Erhard'schen Konzeption der „sozialen Marktwirtschaft“ siehe **Quaas, Friedrun:** Soziale Marktwirtschaft. Wirklichkeit und Verfremdung eines Konzepts, Bern 2000.

über produktive, güterschaffende Leistung?“⁴⁴⁸ Aus diesem Grund war Erhard die Preiserhöhung der Automobilindustrie ebenso ein Dorn im Auge wie die extrem hohen Lohnforderungen der Gewerkschaften.

Die Lohn- und Personalkosten hatten sich indessen zu einer schweren Belastung für die Bilanzen der Automobilhersteller entwickelt. 1956 war die wöchentliche Arbeitszeit in der Metallindustrie von 48 auf 45 Stunden reduziert worden und bis 1965 wurde die von den Gewerkschaften geforderte 40-Stunden-Woche schrittweise realisiert. Hinzu kamen die Gehaltssteigerungen, die in den Tarifverträgen zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern vereinbart wurden. Bei BMW beispielsweise stiegen Anfang 1962 die Personalkosten um knapp 10% oder um 5,8 Millionen Deutsche Mark in absoluten Zahlen.⁴⁴⁹ Die kräftigen Lohnerhöhungen in der Automobilindustrie waren Teil der allgemeinen Politik der Gewerkschaften, den Reallohn an die Wachstumsraten der Volkswirtschaft heranzubringen, um die Arbeiter auf diese Weise am Aufschwung partizipieren zu lassen.⁴⁵⁰ Dass der Besitz eines eigenen Wagens von den Gewerkschaften als wichtiger Bestandteil dieser Wohlstandspartizipation betrachtet wurde, hatte deren klares Eintreten für die Ausweitung der Pendlerpauschale gezeigt. Aus Sicht der politischen Linken war die Forderung nach einer Lohnerhöhung in der Automobilindustrie lediglich die Antwort auf Preiserhöhungen der Hersteller. „Die Freiheit“ schrieb, ein Neuwagen sei für die Mehrheit der Arbeiter nach wie vor unerschwinglich, weil die Autoindustrie nicht bereit sei, einen „kostengerechten Preis zu bieten“, solange die Nachfrage größer sei als das Angebot. Dies habe eine Veröffentlichung des Kraftfahrt-Bundesamtes ergeben, nach der Arbeiter zum größten Teil nur gebrauchte Wagen kaufen würden. „Die Freiheit“ kommentierte diesen Bericht mit den Worten: „Aus dem Konzert der Wohlstandspropaganda, das sich laut tönend um den zunehmenden Autobesitz der Arbeitnehmer rankte, hat das Kraftfahrt-Bundesamt in diesen Tagen einige besonders schlagkräftige Instrumente entfernt.“⁴⁵¹ Einen Zusammenhang zwischen den Lohnansprüchen der Arbeitnehmer und den steigenden Automobilpreisen bestritt „Die Freiheit“ mit Verweis auf den fünfmal höheren Stundenlohn, den Automobilfirmen in den USA zahlen würden. Eine derartige Spirale von Preis- und Lohnerhöhungen widersprach den

⁴⁴⁸ Ansprache des Bundesministers für Wirtschaft, S.16. Die Rede ist abgedruckt in einer vom VDA herausgegebenen Broschüre. Ein Exemplar befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Ausstellungen, Frankfurt 1953.

⁴⁴⁹ Geschäftsbericht der Bayerischen Motorenwerke AG für das Berichtsjahr 1962, S.14. Ein Exemplar befindet sich im BMW Konzernarchiv. Die Lohnerhöhung schlug mit 6% zu Buche, außerdem stiegen die Personalkosten durch die Verkürzung der Wochenarbeitszeit von 44 auf 43 Stunden sowie durch eine neue Urlaubsregelung um weitere 3,4%.

⁴⁵⁰ Für einen konzisen Überblick zur Rolle und Position der Gewerkschaften in der Bundesrepublik siehe **Kleßmann, Christoph:** Zwei Staaten, eine Nation. Deutsche Geschichte 1955-1970, 2. Auflage, Bonn 1997, S.126-130.

⁴⁵¹ Unsere Autopreise sind zu hoch, in: Die Freiheit vom 26. April 1957.

Vorstellungen Erhards, der in seiner Eröffnungsrede zur IAA 1962 die Tarifparteien ermahnte, die Leistungsfähigkeit der deutschen Wirtschaft nicht zu überfordern. Er könne sich des Eindrucks nicht erwehren, sagte Erhard angesichts von Lohnforderungen bis zu 15%, *„dass wir in Deutschland nur zu leicht geneigt sind, gerade wenn es uns gut geht, das Gefühl für die rechten Maße und für die Grenzen zu verkennen oder gar zu verlieren. [...] Und zu unseren Schwächen gehört, dass wir zwar in den Stunden der Not die bemerkenswertesten und höchsten Tugenden entfalten, aber dass wir uns den Stunden des Glücks nicht in gleichem Maße gewachsen zeigen. Wir unterliegen immer der Versuchung, die Früchte unreif vom Baum zu reißen, obwohl die Ernte schon sichtbar vor uns liegt.“*⁴⁵²

In der Kontroverse um die Preiserhöhung für den Volkswagen zeigte sich die Automobilindustrie allerdings ähnlich uneinsichtig wie die Gewerkschaften und verwies gegenüber Erhard ihrerseits auf die gestiegenen Löhne als Ursache für die Preiserhöhung. Zudem versuchten die Unternehmer, die Position der Gewerkschaften öffentlich als einseitige Interessenpolitik darzustellen, die nicht primär am Wohl der Nation orientiert sei, sondern sich auf die Konsumwünsche der Arbeiterschaft richte. Individueller Wohlstand dürfe keine Schlüsselstellung in der Betrachtungsweise der Bundesbürger einnehmen, führte Daimler-Benz-Generaldirektor Fritz Könecke in einer Ansprache vor der Presse aus. Entscheidend sei, *„das für das Leben und die Zukunft eines geschlagenen großen Volkes notwendige Gemeinschaftsbewusstsein zu erhalten; mit anderen Worten: Das fast erloschene Pflichtgefühl des Einzelnen gegenüber der Lebensgemeinschaft der deutschen Nation wieder zu mobilisieren, um so den Kampf gegen die östliche Ideologie mit ihrem Anspruch auf Weltherrschaft nicht mit Kühlschränken, Autos, Radiotruhen und Breitwandfilmen zu gewinnen, sondern mit einer den nationalen Interessen gerecht werdenden Geisteshaltung.“* Wie eindeutig sich dieser Appell gegen die Gewerkschaften richtete, verdeutlichte Könecke, indem er anfügte: *„Ich selbst denke bei solchen Gedankengängen in erster Linie an das Verhältnis zwischen Arbeitgeberverbänden und Gewerkschaften“* und dann mit dem Appell schloss: *„Erst kommt das Vaterland, dann die Partei.“*⁴⁵³ Dass die Automobilindustrie in diesem Sinne keine „Partei“ sei, sondern dem Wohl der Gemeinschaft diene, war für Könecke selbstverständlich. *„Die Automobilindustrie verwendet ihren berechtigten Gewinn in allererster Linie für den Wiederaufbau, für die Anschaffung von Maschinen und Werkzeugen*

⁴⁵² Rede des Bundeswirtschaftsministers, Ludwig Erhard, abgedruckt in der Broschüre: 40. Internationale Automobilausstellung 1961 in Frankfurt am Main, hg. vom VDA, S.15f. Ein Exemplar der Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Hitzinger, Messen und Ausstellungen.

⁴⁵³ Begrüßungsansprache von Generaldirektor Könecke anlässlich des Presseempfangs zur IAA 1957, S.6f. Das Manuskript befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Werksangehörige / Reden, Könecke II.

*und damit für die Schaffung von Zehntausenden Arbeitsplätzen. Wenn wir heute praktisch den Zustand der Vollbeschäftigung erreicht haben und zum Beispiel die Belegschaft meines Hauses im Inland mehr als 46.000 Köpfe zählt, dann sollte mit einer angeblich übertriebenen Gewinnlage nicht balanciert werden.*⁴⁵⁴ Wer also fordere, den Gewinn in Form höherer Löhne an die Belegschaft weiterzugeben, so die implizite Botschaft Köneckes, der verhindere damit letztendlich den wirtschaftlichen Aufschwung des Landes und gefährde die zukünftigen Arbeitsplätze der kommenden Generation.⁴⁵⁵ Dieser Rekurs auf den sattsam bekannten symbolischen Subtext vom Automobil als Motor der Konjunktur verdeutlicht, dass die Kraftfahrzeugindustrie die Breitenmotorisierung zwar begrüßte, die Partizipationsverheißung, die mit dem Auto assoziiert wurde, jedoch nach Möglichkeit ausblenden wollte. Es war ironischerweise gerade die Industrie, die nun vor einem ausufernden Materialismus warnte. Wohlstandsvermehrung hieß in diesem Kontext nicht primär Verbesserung der Konsumchancen für jeden Einzelnen, sondern wurde, ganz in der Denktradition der Aufbaujahre, als Produktivitätswachstum gedeutet. Je mehr Autos produziert würden, desto mehr profitiere die gesamte Wirtschaft, denn durch Verzweigung der Autoindustrie würden viele Branchen vom Wachstum profitieren und zudem schöpfe das Auto als Produktionsmittel selbst wiederum Wert. Unliebsame Forderungen, sei es in Bezug auf höhere Löhne oder im Hinblick auf die Preise, versuchte die Industrie mit dem Hinweis auf die besondere volkswirtschaftliche Funktion des Automobils, die nicht beeinträchtigt werden dürfe, abzuwehren.

⁴⁵⁴ Begrüßungsansprache des Generaldirektors und Vorsitzenden des Vorstandes Fritz Könecke anlässlich des Presseempfangs zur Internationalen Automobil-Ausstellung 1955, S.6. Das Manuskript befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Frankfurt 1955.

⁴⁵⁵ Wörtlich heißt es in der Rede: „*Eines der Kernprobleme, vor das sich die deutsche und die Wirtschaft anderer Länder gestellt sieht, ist die Forderung nach immer besseren materiellen Lebensbedingungen. Diese Forderung an sich ist menschlich selbstverständlich und daher legitim, und ich darf nur die Einschränkung machen, die ich wiederholt in den letzten Jahren in Äußerungen oder Presseartikeln erhoben, nämlich die, dass wir Maß und Geduld in der Durchsetzung unserer Forderungen alle anwenden mögen und nicht völlig der nur materialistischen Auffassung in der Satttheit unseres Wirtschaftswunders verfallen möchten und dabei die Sorge um das gemeinsame Ganze in unverantwortlicher Weise vernachlässigen.*“ Siehe: Begrüßungsansprache des Generaldirektors und Vorsitzenden des Vorstandes Fritz Könecke anlässlich des Presseempfangs zur Internationalen Automobil-Ausstellung 1957, S.6. Das Manuskript befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Werksangehörige / Reden, Könecke II.

3.3. *Das Auto als Symbol für einen „German Way of Life“*

3.3.1. Der amerikanische „Straßenkreuzer“ als Inbegriff der Schattenseiten der Konsumgesellschaft

Trotz der allgemeinen Motorisierungseuphorie, welche die bundesrepublikanische Gesellschaft seit der Mitte der 50er-Jahre erfasst hatte, gab es ein erstaunlich weit verbreitetes Unbehagen an gewissen Aspekten, die mit dem massenhaften Konsum von Automobilen einhergingen. Die Kritik zielte dabei weitaus weniger auf die ökologischen und sozialen Folgekosten der Breitenmotorisierung, als das rasch anwachsende Verkehrsaufkommen hätte vermuten lassen. Klagen über Abgas- und Lärmbelästigung nahmen im Verlauf des Jahrzehnts zwar zu, erreichten aber bei weitem nicht die Intensität, die sich mit der wachsenden Motorisierungskritik ab Mitte der 60er-Jahre abzeichnete.⁴⁵⁶ Vielmehr wurde das Auto zum Symbol für die Gefahr eines Werteverlusts durch einseitige Fixierung auf Wohlstand und Konsum. Neue Lebensgewohnheiten der Wohlstandsgesellschaft stellten tradierte Normen und Deutungsmuster in Frage und das Automobil wurde zum Kristallisationspunkt dieser Veränderungsdynamik. *„Etwas hat sich offenbar entscheidend gewandelt: die Neidkomplexe, von denen ich früher immer sagte, dass sie ein deutsches Übel seien. Sie scheinen im Niedersinken begriffen zu sein. Darin erblicke ich vor allem ein Zeichen fortschreitenden Wohlstandes und eines sozialen Optimismus. Die andere Gefahr aber, dass uns dieser Wohlstand blind und taub, gefühllos werden lässt, gegenüber höheren Werten, ist zweifellos nicht von der Hand zu weisen. Sich mehrender Wohlstand ist gut, aber er reicht als nationalpolitisches Ziel nicht aus, er bedeutet keine Aufgabe, die den Menschen das Gemeinsame, das sie schicksalhaft Verbindende vor Augen führen könnte. [...] Selbstverständlich dient unsere Arbeit dem Zweck, unser Leben zu bereichern, unser Dasein freier zu gestalten, aber dieser Zweck kann nicht zugleich auch der Sinn unseres Lebens sein. Der Sinn liegt in Werten, die, wenn Sie wollen, im Letzten nicht von dieser Welt sind. Wir müssen immer nur wach, reif und bereit sein, um Besinnung und Erkenntnis zu ringen.“*⁴⁵⁷

Diese mahnenden Worte sprach Bundeswirtschaftsminister Ludwig Erhard anlässlich der Eröffnung der 39. Internationalen Automobilausstellung 1959 in Frankfurt. Seine Warnung,

⁴⁵⁶ Einen knappen Überblick zum Einstellungswandel gegenüber der Motorisierung geben **Pohl, Hans und Wilhelm Treue (Hrsg.):** Die Einflüsse der Motorisierung auf das Verkehrswesen von 1886 bis 1986, Stuttgart 1988, S.79-93.

⁴⁵⁷ Ansprache des Bundesministers für Wirtschaft, Ludwig Erhard, anlässlich der Eröffnung der 39. IAA am 17. September 1959, S.7f. Ein Exemplar der Rede befindet sich im Nachlass Erhard, aufbewahrt im Archiv der Ludwig-Erhard-Stiftung unter der Signatur NE 524.

Konsum und Wohlstand nicht als Selbstzweck zu betrachten, bezog sich zweifelsohne nicht speziell auf das Automobil. Aber die Tatsache, dass er diesen Appell im Rahmen einer der weltweit größten und wichtigsten Automessen vorbrachte, wirft doch ein Licht auf die zentrale Stellung des Kraftfahrzeugs als Symbol der modernen Wohlstandsgesellschaft. Das Automobil stand nicht nur für die Partizipationschancen der neuen Ära des Massenkonsums, es diente ebenso als Projektionsfläche für die Kehrseite der modernen Konsumgesellschaft. Als der wohl populärste und aufwändigste Konsumgegenstand der damaligen Zeit bündelte das Automobil also nicht nur Wohlstandsversprechen, sondern war zugleich auch einer der gedanklichen Ansatzpunkte, an dem sich Kritik und Ablehnung festmachen ließen. In der frühen Motorisierungskritik artikuliert sich daher immer auch ein gewisses Unbehagen an der modernen Konsumgesellschaft. Die „Süddeutsche Zeitung“ veröffentlichte 1965 einen Leitartikel, der sich mit der Konsumfixierung der Deutschen beschäftigte und dabei die zentrale symbolische Bedeutung des Autos thematisierte.⁴⁵⁸ Darin hieß es, gerade das Auto sei *„längst schon, etwas schärfer gesagt, der Fetisch unserer Wohlstandsgesellschaft geworden.“* Ein eigenes Auto zu besitzen habe für die meisten Bundesbürger einen so hohen Stellenwert, dass sie sogar die Familie um des Konsumguts willen vernachlässigen würden, fuhr der Autor fort. *„Gehen nicht allein des Autos wegen viele Frauen in die Arbeit, werden nicht des Autos wegen viele Kinder zu Schlüsselkindern? Solche bedenklichen Seiten hat die Verführung durch das Auto – gesellschaftspolitische und wirtschaftspolitische.“*

Der Kern dieser beklagten Werteverchiebung, die mit Hilfe des Automobils diagnostiziert wurde, war ein sich immer weiter ausbreitender Egoismus, der laut allgemeiner Auffassung mit der Konsumfixierung einhergehe. Erste Anzeichen für den vermeintlichen Werteverfall der Konsumgesellschaft meinten zahlreiche Kommentatoren im Verkehrsverhalten der Bundesbürger ausgemacht zu haben. Im Straßenverkehr zeige sich besonders deutlich, wie sehr das von Egoismus geprägte Konsumstreben den Gemeinsinn des Bürgers bereits unterminiert habe. Angesichts steigender Unfallzahlen sah sich Bundespräsident Heinrich Lübke anlässlich der Eröffnungsfeier der 40. IAA dazu genötigt, explizit auf diesen Zusammenhang hinzuweisen: *„Letzten Endes kommen gerade beim Verhalten des Einzelnen im modernen Straßenverkehr Tugenden und Untugenden am sichtbarsten zum Ausdruck, die sich auch in anderen Bereichen unseres gesellschaftlichen und politischen Lebens bemerkbar machen, und zwar in erster Linie die mangelnde Rücksichtnahme auf den Mitmenschen.“*⁴⁵⁹

⁴⁵⁸ Leitartikel, in: Süddeutschen Zeitung vom 16. September 1965.

⁴⁵⁹ Eröffnungsansprache des Bundespräsidenten, abgedruckt in der Broschüre: 40. Internationale Automobilausstellung 1961 in Frankfurt am Main, hg. vom VDA, S.24. Ein Exemplar der Broschüre befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Hitzinger, Messen und Ausstellungen.

Natürlich sah kaum jemand im Konsum die direkte Ursache für den diagnostizierten Werteverfall. Vielmehr galt der Konsum den Kritikern als Ausdruck einer individualistischen und materialistischen Lebenseinstellung, die eben nicht mehr an gemeinsamen oder nationalen Werten orientiert war. Und mit dem wachsenden Konsum von Automobilen wurde diese, primär auf das private Wohlergehen fixierte Einstellung, auf die Straße getragen. *„Bei allem Fortschritt und Wohlstand scheint bei uns das menschliche Miteinander zu kurz gekommen zu sein“*, hieß es in einem Leitartikel in der Zeitung „Die Welt“ zum Thema Verkehrstote. *„Wo die Blume des Wohlstandes üppig gedeiht, verkümmert das Gefühl für Rücksicht und Anstand. Eigenartigerweise besonders dann, wenn der moderne Erfolgsmensch auf einem kleinen Moped, in einem wendigen Mittelklassewagen oder in einem Wunschgeföhle weckenden Traumaauto über Motorkräfte regieren darf.“*⁴⁶⁰ Der Leiter des Forschungs- und Beratungsinstituts für Verkehrssicherheit in Köln, Wilhelm Lejeune, sah die steigende Zahl von Verkehrsunfällen als Ausdruck eines allgemeinen *„kulturkritischen Problems [...] Mehr Menschen als sonst sind heute in ihrem Denken und in ihrer Mentalität augenblicksverhaftet“*, zitierte „Der Spiegel“ Lejeune.⁴⁶¹ Die Sorge um die wirtschaftliche Situation verhindere, dass der Mensch soziale Situationen *„weiter und zu Ende denkt. In dem Maße, in dem das geschieht, verkümmert mit geradezu psychischer Automatik der Sinn für Verantwortung. Denn verantwortliches Denken heißt, weiterdenken.“* Für Lejeune bestand demnach ein direkter Zusammenhang zwischen einer für die Zeit als typisch dargestellten Fixierung auf den augenblicklichen materiellen Vorteil und einem abnehmenden Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Gemeinschaft. Dieser Zusammenhang kam auch nach Einschätzung der Zeitschrift „Das Auto, Motor und Sport“ im Straßenverkehr in besonders deutlicher Form zum Ausdruck. *„Was geht’s mich an’, denkt also Otto Normalverbraucher, wenn in Berlin die Mauer wächst, ,was kümmert’s mich’ sagt er ebenso, wenn ein anderes Auto zerbeult und dessen Fahrer blutig am Straßenrand liegen. Derselbe Mensch, [...] der die personifizierte Güte wäre, der Untertan, der vor jedem Schupo einen roten Kopf bekommt, der sentimentale Biedermann, der einen Kanarienvogel mit gebrochener Zehe kilometerweit zum Doktor tragen würde, lässt am Steuer seines Autos den verunglückten Menschen verunglückt sein.“*⁴⁶² Im Horizont einer solchen Deutung stellten sich die mit dem

⁴⁶⁰ Leitartikel, in: Die Welt vom 25. September 1961.

⁴⁶¹ Unfälle. Eine Art Urfreude, in: Der Spiegel vom 10. März 1954, S.34-36, Zitat auf S.36.

⁴⁶² Das Auto, Motor und Sport, 1963, Bd.40, H.12, S.32. Wie sehr der Verfall der Sitten mit der allgemeinen Hast des modernen Lebens in Zusammenhang gebracht wurde, belegt ein Artikel aus: Quick vom 14. April 1956, S.3ff. Unter dem Titel „Angina Temporis“ wird die Angst des modernen Menschen „keine Zeit zu haben“ als Hauptursache für die starke Zunahme der Fälle von Fahrerflucht angeführt. *„Der Großstadtmensch wird pausenlos gehetzt und gejagt, nie hat er Zeit. Das macht ihn krank, macht ihn moralisch anfällig. Um sein eigentliches Ich, das rücksichtsvolle, gute, menschliche Ich, legt sich ein starrer Panzer.“* Man kümmere sich

Automobil assoziierten Werte wie Freiheit und Individualität zumindest in Teilen als eine negativ konnotierte Absage an die Gemeinschaft dar. Im Chaos des Verkehrs, der letztendlich nur die Summe der Mobilitätsbedürfnisse von egoistisch denkenden Individuen sei, müsse der Staat durch Regeln und Strafen ordnend eingreifen, um wenigstens einen Rest öffentlicher Ordnung im Aufeinandertreffen motorisierter Einzelinteressen zu wahren. So zumindest sah es die Zeitschrift „Christ und Welt“. *„Das Verhalten im Verkehr verrät das Maß an Staatsbewusstsein, das jeder hat, und das Missverhalten im Verkehr ist zugleich eine Absage an die staatliche Ordnung, ohne die niemand von uns existieren kann. [...] Wer sich dieser staatlichen Ordnung nicht einfügt, muss weit strenger und härter als bisher zum Wohlverhalten gezwungen werden.“*⁴⁶³

Neben dem allgemeinen Verkehrsverhalten war natürlich auch das Auto selbst Ausdruck der negativen Folgen von Wohlstand und Massenkonsum. Auffallend häufig stand dabei vor allem das amerikanische Automobil im Zentrum einer am Kraftfahrzeug symbolisch verdichteten Wohlstandsskepsis und Konsumkritik. Seit der Zwischenkriegszeit waren die großen amerikanischen Wagen mit ihren klangvollen Namen und ihren chromverzierten Karosserien der Autotraum ganzer Generationen gewesen, auch und gerade in Europa.⁴⁶⁴ Die in Deutschland liebevoll und bewundernd „Straßenkreuzer“ genannten US-Limousinen wurden zum Inbegriff amerikanischen Wohlstandes und westlicher Lebensart. Damit wurden sie aber auch zum Inbegriff der negativen Aspekte des „American Way of Life“. Die in der Presse immer wieder geäußerte Kritik am „Straßenkreuzer“ offenbarte eine Ablehnung bestimmter Aspekte oder Konsequenzen des kapitalistischen Gesellschaftsmodells.⁴⁶⁵ Eine zu einseitige oder zumindest zu ausgeprägte Orientierung an materiellem Wohlstand war einer der Hauptkritikpunkte, der sich symbolisch am „US-Straßenkreuzer“ verdichtete. Dabei wurde vor allem die geradezu verschwenderische Größe amerikanischer Wagen regelmäßig zum Gegenstand der Kritik. Die überdimensionierten Autos galten vielen als Ausdruck

nicht mehr um das Schicksal der Mitmenschen und begehe aus diesem Grund nach einem Unfall Fahrerflucht – das Opfer sei einem gleichgültig, Hauptsache man selbst werde nicht aufgehalten oder gebremst.

⁴⁶³ Christ und Welt vom 17. Januar 1957, zitiert nach: Motor-Rundschau, 1957, Bd.27, S.275.

⁴⁶⁴ Eine ähnliche Beobachtung machte ein Redakteur der Frankfurter Allgemeinen Zeitung auf der IAA 1955. Im Mittelpunkt des Interesses der Besucher hätten die amerikanischen Wagen gestanden die sich, wie der Autor ironisch anmerkte, *„neben heimischen Käferwägelchen wie Nilpferde ausnehmen.“* Doch der Autor räumte sofort seine eigene Bewunderung für diese „Nilpferde“ ein: *„Es war nun interessant, wie gefesselt meine lieben Landsleute gleich mir vor dem Wunderding standen.“* Das amerikanische Auto war ein technisches „Wunderding“ und luxuriöses Faszinosum. Siehe: Die heiligen Kühe oder kleine Psychologie der Automobil-Ausstellung, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 29. September 1955.

⁴⁶⁵ Zu den zeitgenössischen Debatten über amerikanische und europäische Konsummuster siehe **Kaelble, Hartmut**: Europäische Besonderheiten des Massenkonsums 1950-1990, in: Siegrist, Hannes, Jürgen Kocka und ders. (Hrsg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums, Frankfurt/M 1997, S.169-204.

leichtfertiger Verschwendung einer Gesellschaft, die im Überfluss lebe.⁴⁶⁶ „Da sehen wir sie von nahe, alle Ungetüme des großen Westens, von dem wir unsere Politik der Stärke beziehen“, schrieb „Der Stern“ in einem Beitrag zum Autosalon in Genf. „Die Amerikaner können nämlich kaum noch parken, weil sie nach vorn und hinten so viel Unnötiges hinausstrecken. Wir lasen von neuen konstruktiven Tendenzen und von kürzeren Autos der reinen Vernunft. In Genf steht aber nicht amerikanische Vernunft, sondern united Größenwahn. Das plustert sich auf in Blech und Chrom, das schwelgt in gepolsterter Geschmacklosigkeit und hässlichen Falten und falschen Flossen am Heck.“⁴⁶⁷

Der Grund für die überdimensionierten Proportionen wurde in erster Linie darin gesehen, dass das amerikanische Auto sehr oft die Funktion eines Statussymbols erfülle. Die „Motor-Rundschau“ brachte diese Ansicht mit der Aussage auf den Punkt, das Auto sei in den USA „ein Prestigegut ersten Ranges, und der Wunsch, der Umwelt durch sein Auto kundzutun, was für ein cleverer, einflussreicher und einkommensstarker Kerl man sei, noch viel stärker ausgeprägt als bei uns. Von einem bestimmten Einkommen an ‚muss man‘ einfach das letzte Modell einer bestimmten Marke fahren, das eben nochmals ein paar Zentimeter breiter, länger und niedriger ist als das des Nachbarn (oder Untergebenen), der ein paar Dollar weniger verdient.“⁴⁶⁸ Die Funktion des Automobils als Transportmittel trete zunehmend hinter der symbolischen Funktion als Mittel sozialer Distinktion zurück. Dies sei Ausdruck eines übersteigerten Materialismus. Der amerikanische Autokäufer sei nämlich in erster Linie deshalb an einem neuen und größeren Wagen interessiert, weil in der modernen Konsum- und Erwerbsgesellschaft der persönliche Besitz zentrales Kriterium für die gesellschaftliche Stellung des Einzelnen sei.⁴⁶⁹ Historisch begründete Unterschiede in der Entwicklung des Automobilbaus in den USA und in Europa fielen bei dieser Beurteilung ebensowenig ins Gewicht wie die gravierenden Unterschiede in den volkswirtschaftlichen Voraussetzungen

⁴⁶⁶ Zum Design amerikanischer Wagen siehe **Gartmann, David:** Auto Opium. A Social History of American Automobile Design, London und New York 1994. Auf die unterschiedliche Wahrnehmung der Größenverhältnisse wies in einem Beitrag zur IAA hin: Die Zeit vom 12. September 1969: „Zum Beispiel: da rühmten amerikanische Ingenieure den Mercedes als einen Panther, geschmeidig, temperamentvoll, so ganz anders als die fahrbaren Sofas aus Detroit. Doch hierzulande spricht man eher von der Staatskarosse; und Geschichten wie diese werden jahrelang kolportiert: wie in einer schleswig-holsteinischen Stadt sich ein Käsehändler als erster einen Mercedes 300 kaufte, den alten, großen, bequemen, und die Hinterachse verstärken ließ, weil er [...] mit diesem Wagen auch Holländer, Tilsiter, Emmentaler transportierte, was einen Panther zweifellos in ärgerlichen Geruch bringt.“

⁴⁶⁷ Automobiliarde 1959, in: Der Stern vom 4. April 1959, S.70-73.

⁴⁶⁸ Motor-Rundschau, 1967, Bd.37, S.547f.

⁴⁶⁹ Ein Autor schreibt dazu: „Ihre Majestät, die amerikanische Hausfrau, die letztendlich entscheidende Instanz bei der Auswahl des Familienwagens, ist der Ansicht, dass ein großer, starker Wagen ohne Weiteres die zwanzig Dollar wert ist, die er ihren Gatten monatlich mehr kostet als ein kleineres und schwächeres Fahrzeug.“ In: Das Auto, Motor und Sport, 1948, Bd.3, H.2, S.12.

auf beiden Seiten des Atlantiks.⁴⁷⁰ Strukturelle Aspekte, wie zum Beispiel das im Vergleich zu Europa höhere Einkommensniveau, die verhältnismäßig niedrigen Gestehungskosten oder der deutlich niedrigere Treibstoffpreis in den USA, wurden als mögliche Ursache für die Unterschiede im Automobilbau nicht in Betracht gezogen.⁴⁷¹ Vielmehr wolle der Amerikaner, so die durchaus nicht nur vom „Spiegel“ vertretene These, durch sein öffentlich zur Schau gestelltes Eigentum seinen gesellschaftlichen Status affirmativ demonstrieren. *„Der Amerikaner, unbekümmert, von sich überzeugt, zeigt was er hat. Monströse Kühlermasken in Chrom gebadet, wie die goldenen Uhrenketten auf den Bäuchen unserer wohlstuierten Väter. Mammut-Stoßstangen wie aufgekremelte Hemdärmel.“*⁴⁷² Und nach dieser in der deutschen Öffentlichkeit weit verbreiteten Meinung war kaum ein Gegenstand besser als Statussymbol geeignet als das Vehikel, mit dem man sich im öffentlichen Raum fortbewegte und das aufgrund klar definierter Codes wie Modell- und Typenbezeichnung bis auf den Cent genau in seinem Wert zu bestimmen war.

Die ausgeprägte Statussymbolfunktion des Autos sei ein Beleg dafür, dass in der kapitalistischen Gesellschaftsordnung der USA Konsum zum Selbstzweck und der Wohlstand zum Mittelpunkt des gesellschaftlichen Lebens geworden sei. Damit wurde das amerikanische Auto in der öffentlichen Wahrnehmung in der Bundesrepublik zur Chiffre für einen übersteigerten Materialismus. Der Amerikaner erwerbe ein Auto nicht mehr primär, um sich damit fortzubewegen, sondern zunehmend, um zu demonstrieren, dass er sich den Wagen eines bestimmten Fabrikats leisten könne. Es waren in erster Linie linke Gesellschaftskritiker, die eine solche Deutung theoretisch fundiert auf den Punkt brachten. In ihrer Argumentation erschien das Automobil geradezu als der Götze eines Wohlstandskults, der sich vollkommen verselbständigt habe.⁴⁷³ In der Konsumgesellschaft stehe nämlich nicht primär der

⁴⁷⁰ Natürlich gab es auch Stimmen, die eine differenziertere Bewertung der konstruktiven Tendenzen im amerikanischen Automobilbau anmahnten. *„Die dicken Amis mit ihren für europäische Verhältnisse monströsen Ausmaßen und PS-Zahlen werden von vielen Auto-Fans hierzulande immer ein bisschen mitleidig belächelt, bestenfalls als unnatürliche Auswüchse übertriebenen Aufwands an Komfort und Luxus bestaunt“*, schrieb beispielsweise die Zeitschrift „Hobby“ über die Vorurteile gegenüber amerikanischen Wagen. Diese Einschätzung sei jedoch falsch, denn *„natürlich baut Amerika seine Autos in erster Linie für Amerika. Für die festen Kosten eines Autos, die ja auch bei uns in Europa eine entscheidende Rolle spielen, gelten in den USA ganz andere Normen. Es ist daher keinesfalls technisches Unvermögen, wenn man dort Straßenkreuzer produziert. Da ferner der amerikanische Autokunde bei den relativ niedrigen Benzinpreisen in den USA den Mehrverbrauch an Kraftstoff für einen starken und voluminösen Wagen nicht scheut, besteht für die Autoproduzenten gar keine Notwendigkeit, den Sprithunger ihrer Fahrzeuge auf Kosten optimaler Leistung zu drosseln.“* Siehe: Perfektion vom Fließband. Ford Fairlane 500, in: Hobby, 1959, H.9, S.60-66, Zitat auf S.62f.

⁴⁷¹ Zu den unterschiedlichen sozialen und geographischen Gegebenheiten als Einflussfaktoren im US-Automobilbau siehe **White, Lawrence:** The American Automobile Industry since 1945, Cambridge/Mass 1971.

⁴⁷² Der Spiegel vom 23. März 1955, S.41.

⁴⁷³ Vor allem in den 60er-Jahren entstanden zahlreiche Arbeiten, die sich auf der Grundlage marxistischer Gesellschaftstheorie kritisch mit dem kapitalistischen System und insbesondere mit dem Konsumverhalten auseinandersetzten. Sehr einflussreich für die Diskussion um das Automobil war zum Beispiel **Haug, Wolfgang F.:** Kritik der Warenästhetik, 8. Auflage, Frankfurt/M 1983. Eine Verknüpfung von Autokritik und

Gebrauchswert einer Ware im Vordergrund, sondern der Tauschwert, so ihre Argumentation. Anders als der Gebrauchswert, der sich an der Funktion der Ware orientiere, bemesse sich der Tauschwert an der Tatsache, wie viel der Käufer für die Ware zu zahlen bereit sei. Der Hersteller sei daher immer bestrebt, das reine Gebrauchswertversprechen der Ware um einen „ideologischen Mehrwert“ zu ergänzen, der den Tauschwert erhöhe. Diese Differenz zwischen Tausch- und Gebrauchswert sei beim Automobil, so die Kritiker, im Vergleich zu anderen Gütern besonders groß.⁴⁷⁴ Wer ein Auto kaufe, dem werde suggeriert, er erwerbe zum reinen Transportwert noch immaterielle Werte wie Freiheit, Individualität oder Sozialprestige. Auf diese Art „produziere“ die moderne Konsumgesellschaft beständig ideologischen Mehrwert, um den Käufer zu verführen.

Als besonders schillerndes Beispiel für diese Form des „ideologischen Mehrwerts“ führte die Zeitschrift „Das Auto, Motor und Sport“ die Welle der Sportwagenbegeisterung an, die Amerika Anfang der 60er-Jahre erreichte.⁴⁷⁵ „Amerika hat im Grunde gar keinen Sportwagen nötig“, befand der Autor. „Das dortige Verkehrstemperament ist völlig anders als das europäische. Es ähnelt einem stetigen, gleichmäßigen Fließen. Hohe Geschwindigkeiten sind ebenso verboten wie zu niedrige. Nur ganz vereinzelt darf man mal auf 75 Meilen gehen.“ Der amerikanische Sportwagen sei daher ein rein modisches Phänomen und nicht an einem realen Bedarf orientiert. Sein einziger Zweck bestehe darin, seinem Besitzer ein sportliches Image zu verschaffen. „Detroit sieht seine Aufgabe darin, dem Konsumenten jeweils das Spielzeug zu liefern, das er gerade haben will [...] Augenblicklich will er sportfahren.“ Dass es sich bei den amerikanischen Sportwagen lediglich um eine clevere Kreation der Werbestrategen handele, zeige sich vor allem daran, dass die „sogenannten Sportwagen“ nach europäischen Standards eher „bebagliche Dahinroller“ seien und nur äußerlich den Anschein sportlichen Temperaments erweckten. Das mache für den Amerikaner letztendlich aber keinen Unterschied, führte der Autor nicht ganz frei von Überheblichkeit aus, weil ihm ja primär am Image des Autos gelegen sei. „Der amerikanische Käufer, der sich einen amerikanischen Wagen mit den Buchstaben GT, SS oder GTA, MONZA oder GRAND PRIX zulegt, hat gar keine Gelegenheit, festzustellen, dass das kein Sportwagen ist. Wo und wie sollte der das tun? Ihm dürfte es genügen, dass die Werbung behauptet, es wäre einer, und

Konsumskepsis findet sich beispielsweise bei **Erb, Hans**: Auto Auto über alles. Porträt eines neuen Menschen, Hamburg 1966. Eine knappe Bestandsaufnahme der Argumente in der Diskussion um die soziologische Bedeutung des Automobils aus zeitgenössischer Perspektive gibt **Kob, Jannpeter**: Werkzeug, Konsumgut, Machtsymbol. Zur Soziologie des Automobils, in: Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik, 1966, Bd.11, S.184-193.

⁴⁷⁴ Sehr pointiert wurde diese These vertreten von **Krämer-Badoni, Thomas, Herbert Grymer und Marianne Rodenstein**: Zur sozio-ökonomischen Bedeutung des Automobils, Frankfurt/M 1971.

⁴⁷⁵ Die Zitate im Folgenden sind entnommen aus: Das Auto, Motor und Sport, 1964, Bd.41, H.11, S.28f.

dass es dransteht. Wäre es nun wirklich einer, könnte er gar nichts damit anfangen.“ Und hämisch fügte der Autor noch an: „Aus einem Berliner, der Seppelhosen anzieht, wird deshalb noch kein Bergsteiger.“

Die Beiträge über amerikanische Wagen, die in Tageszeitungen, Motorjournalen und Illustrierten veröffentlicht wurden, erreichten eine breite Leserschaft quer durch alle Schichten der Bevölkerung. Hier konnte eine allgemeine gesellschaftspolitische Kritik am „American Way of Life“ in eine Bedeutungs- und vor allem auch Bildwelt übersetzt werden, zu der die meisten Deutschen einen unmittelbaren Zugang hatten. Von der Symbolik des Automobils transportiert, wurden Sorgen und Ängste der Zeit im Hinblick auf eine rasch voranschreitende Amerikanisierung der westdeutschen Gesellschaft in allgemeinverständlichen und visuell einprägsamen Codes kommuniziert.⁴⁷⁶ Wenn „Otto Normalverbraucher“ in seiner kaum zwei Meter langen Isetta von einem über sechs Meter langen Cadillac überholt wurde, dessen Motorleistung leicht das fünfzigfache betragen konnte, dann dürfte dieser Eindruck lebhafter und bleibender gewesen sein als irgendeine theoretische Abhandlung über die Grenzen des ökonomischen Wachstums oder die Gefahren eines einseitigen Materialismus. Nordhoff selbst betonte diese symbolische Bedeutung des Automobils in einem Beitrag für „Die Welt“: *„Geschmacklich kann ein starkes Vordringen amerikanischen Stils, der sich mit den Formgesetzen des viel kleineren europäischen Wagens nur schlecht verträgt, nur mit einem gewissen Bedauern festgestellt werden. Solche Erwägungen sind um so bedeutungsvoller und keineswegs nur Meditationen einiger Ästheten, als das Automobil und ganz besonders der Personenwagen Repräsentant par excellence für sein Herkunftsland ist, mehr beachtet, als Tatsache viel überzeugender und den Herzen der Menschen viel näher stehend als viele eigens zu diesem Zweck geschaffene Institutionen. So ist auch der Nachweis des wieder erreichten deutschen Leistungsniveaus und der Beweis unverlorener Tüchtigkeit und Ingenieursbegabung, eine der Aufgaben unseres Personenwagenexports, nicht gering zu bewerten, weil nicht in Zahlen messbar.“*⁴⁷⁷

Die argumentative Brücke zwischen dem technischen Alltagsgegenstand Automobil und der Gesellschaftskritik am „American Way of Life“ war schnell konstruiert. In einem verblüffend naiven Analogieschluss wurden konstruktive Eigenschaften amerikanischer Wagen, wie Größe, Sportlichkeit oder Motorkraft, auf gesellschaftspolitische Faktoren zurückgeführt. Der

⁴⁷⁶ Zur Amerikanisierung Deutschlands und zur Integration der Bundesrepublik in das westliche Wertesystem siehe vor allem **Doering-Manteuffel, Anselm**: Wie westlich sind die Deutschen? Amerikanisierung und Westernisierung im 20. Jahrhundert, Göttingen 1999. Die These von einem Wandel der westdeutschen Gesellschaft ab Ende der 50er-Jahre auf ein westliches, modernes Gesellschaftsmodell hin vertritt **Schildt, Axel**: Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er-Jahre, Hamburg 1995.

⁴⁷⁷ Heinz Nordhoff: Aufgaben der deutschen Personenwagenindustrie, in: Welt vom 19. Februar 1951, Sonderbeilage zur IAA.

unterstellte Werteverlust durch Konsumfixierung wurde auf der Ebene automobiler Konstruktionen in den Vorwurf übersetzt, die Funktion des Wagens der Form geopfert zu haben. Der technische Fortschritt, verstanden als Wert an sich, sei dem Profit untergeordnet worden. Diese Transformation des Automobils von einem technischen Gebrauchsgegenstand in ein modisches Konsumgut sei eine Folge des scharfen Konkurrenzkampfs der amerikanischen Autohersteller um Marktanteile und Profit. *„In jedem Frühjahr starten die großen Autowerke Amerikas zum schärfsten und erbarmungslosesten Rennen des Kontinents, dem Kampf um den Käufer“*, schilderte „Der Stern“ den alljährlichen Versuch der Hersteller, sich gegenseitig die Kunden abzuwerben. In diesem Wettlauf um die Gunst der Käufer sei vor allem die äußere Form von entscheidender Bedeutung, so der Artikel weiter. *„Längst haben dabei die Formgestalter, die Modeschöpfer der Industrie, das Steuer in die Hand genommen, denn der wohlgefällige, rassige und elegante Anblick des Fabrikats bestimmt den Verkaufserfolg.“*⁴⁷⁸ Einzig um die Absatzzahlen zu steigern, habe sich die Industrie den Forderungen nicht zuletzt des weiblichen Publikums gebeugt und das Produkt nach dessen Wünschen gestaltet. Um des Profits willen *„haben sich die Autohersteller den wechselnden Geschmacksläunen und den bunten technischen Traumvorstellungen ihrer Kunden nahezu bedingungslos unterworfen“*, kommentierte „Der Spiegel“ diese Entwicklung in einem Beitrag zu aktuellen Trends im amerikanischen Automobilbau.⁴⁷⁹ Die Kritik gipfelte in dem Vorwurf, um des Profits willen sei konstruktiver Fortschritt dem Design und der äußeren Form untergeordnet worden. Das Design folge nicht mehr der Funktion, sondern habe sich verselbständigt und sei zum bestimmenden Element der Gesamtkonstruktion geworden. Modische Heckflossen, unpraktische Dimensionierung und überflüssige Chromleisten waren die am häufigsten bemängelten Punkte in dieser Hinsicht. *„Die Grundeinstellung lässt sich hierbei mit einer Priorität der Fertigungstechnik und des Styling über den konstruktiven Fortschritt definieren“*, kommentierte die „Motor-Rundschau“.⁴⁸⁰

Schuld an dieser Entwicklung sei der gewachsene Einfluss der Frauen bei der Anschaffung eines neuen Wagens. War das Auto lange Zeit eher als technisch ausgefeiltes Spielzeug wohlhabender Männer kultiviert worden, wurde es durch die Massenmotorisierung zu einem Haushaltsgegenstand, der auch den Wünschen und Bedürfnissen der Dame des Hauses zu entsprechen hatte. *„Schätzungsweise neunzig Prozent aller Autokäufe werden heute von Frauen beeinflusst“*, stellte „Der Spiegel“ mit Blick auf Amerika fest. Für die amerikanische Frau aber, so die These des Artikels, sei technisch-konstruktive Fortschrittlichkeit ein

⁴⁷⁸ Automode 1955, in: Der Stern vom 5. Juni 1955, S.45.

⁴⁷⁹ Die PS-Protze von Detroit, in: Der Spiegel vom 23. März 1955, S.41-43, Zitat auf S.42.

⁴⁸⁰ Motor-Rundschau, 1967, Bd.37, S.806.

nachrangiges Kriterium beim Autokauf. Sie gehe *„oftmals einem Erwerb nur nach, um der Familie Kauf und Unterhalt eines Wagens zu ermöglichen“*, und lasse sich *„schwerlich von den technischen Vorzügen einer fünffach gelagerten Kurbelwelle verlocken.“*⁴⁸¹ Sie wünsche sich vielmehr einen komfortablen Wagen, der ihr das Fahren so leicht wie möglich mache, denn anders als die meisten Männer empfinde sie das Autofahren nicht als angenehmen Selbstzweck. Im amerikanischen Automobilbau werde daher viel technischer Aufwand betrieben, der nicht der konstruktiven Fortschrittlichkeit diene, sondern einzig die Bequemlichkeit erhöhe. Die neuen Modelle von Chevrolet oder Cadillac begegneten dem Leser hier nicht als die Verkörperung des Traumwagens, sie wurden vom Autor des Beitrags vielmehr als technisch überzüchtete „rollende Wohnzimmer“ dargestellt, die eigentlich kaum noch etwas mit Autofahren zu tun hatten. *„Auf einen Knopfdruck hin öffnen und schließen sich die Schiebedächer, heben und senken sich die Seitenscheiben. Heizung und Belüftung werden automatisch geregelt, die PS-starken Motoren automatisch geschaltet, Bremsen und Lenkung automatisch verstärkt.“* So beschrieb „Der Spiegel“ den aus seiner Sicht übertriebenen Komfort amerikanischer Wagen. *„Gegenüber diesem satten Luxus haben die spartanisch ausgerüsteten europäischen Sportwagen ein erfrischendes Air“*, befand der Redakteur.⁴⁸² Der Vorzug europäischer Wagen bestehe darin, dass diese fürs Autofahren konstruiert seien und nicht, wie amerikanische Wagen, um durch allerlei automatische Vorrichtungen dem Fahrer möglichst viel der fahrerischen Leistung abzunehmen. *„Gewiss, gewiss – automatische Schaltung und hydraulische Lenkung sind feine Dinge“*, merkte die Zeitschrift „Hobby“ dazu in einem Beitrag über die technischen Neuheiten amerikanischer „Straßenkreuzer“ höhnisch an, *„aber wenn man’s so nimmt, ist beim Fischen auch eine in den Fluss geworfene Handgranate nützlich – sofern das Gewicht der pro Tag getöteten Fische der einzige Maßstab fürs Vergnügen ist.“*⁴⁸³ Die reine „Nutzanwendung des Serienautos“ sei doch *„ebenso traurig wie die Geschichte von dem alten Rennpferd, das vor einen Müllkarren gespannt wird“*, räsionierte „Der Spiegel“. Das Auto habe dadurch den einzigartigen Reiz eingebüßt, *„den damals noch der Mann empfand, der die gewagten, bockigen Apparate der Pionierzeit mit Witz und Kühnheit beherrschte.“* Stattdessen sei unter dem unheilvollen Einfluss der amerikanischen Hausfrau das Automobil zu einer *„chromgepanzerten Sofaecke auf Selbstfahrlafette“* degeneriert.⁴⁸⁴

⁴⁸¹ An der Blechfront, in: Der Spiegel, 1963, H.32, S.50-61, Zitat auf S.50.

⁴⁸² Der Spiegel, 1962, H.43, S.114.

⁴⁸³ Straßenkreuzer – Sehr schön aber..., in: Hobby, 1954, H.10, S.14-18, Zitat auf S.17.

⁴⁸⁴ Reich mir die Kurbel, in: Der Spiegel vom 8. April 1953, S.23-25, Zitat auf S.24.

Diese Argumentation appellierte an das sattem bekannte Klischee, Technik und Kraftfahrt seien männliche Angelegenheiten. Zu den bedauerlichen Auswüchsen der modernen Konsumgesellschaft gehöre eben auch, dass die angeblich ohne jeden technischen Sachverstand agierende Frau über ihre Rolle als Konsumentin einen immer größeren Einfluss erhalte auf diesen ehemals abgeschirmten Bereich echten Pioniergeists und mannhafter Bewährung im Ringen mit der Technik. Die Frau trage Bewertungsmaßstäbe an das Automobil heran, die nicht-technischer Natur seien. An dieser Stelle griff das Stereotyp der in erster Linie an modischen Fragen interessierten Frau in die allgemeine Argumentation gegen die „Unkultur“ des amerikanischen Automobilbaus. *„Die amerikanische Frau liebt das make up. Sie hat außerdem das Autogesicht zu einem Modeartikel gemacht“*, schrieb die „Auto, Motor und Sport“ in einem Beitrag über US-Wagen.⁴⁸⁵ Seitdem die Frau immer mehr Einfluss auf die Kaufentscheidung habe, sei auf dem stark umkämpften amerikanischen Markt das *„modische Blechkleid“* entscheidend für den Erfolg oder Misserfolg eines Modells, ergänzte „Der Spiegel“.⁴⁸⁶ Die US-Hersteller hätten auf den wachsenden weiblichen Einfluss reagiert, so der Tenor der deutschen Presse, und würden nicht nur Wagen anbieten, die dank automatischer Hilfen einfach in der Handhabung seien, sondern würden auch auf Styling und Design einen immer größeren Stellenwert legen, um den Wünschen des weiblichen Publikums nach ansprechenden und modischen Formen gerecht zu werden. *„Die allherbstlich von der amerikanischen Autoindustrie herausgebrachten neuesten Modelle wurden bewusst so geformt, dass schon das Vorjahresmodell überholt wirkte und der Besitzer sich darin entsprechend unbehaglich fühlte. Damit“*, schrieb „Der Spiegel“ in einer Titelgeschichte zum Thema Autodesign, *„hatte auch die Autoindustrie ihren Damenmode-Effekt.“*⁴⁸⁷

Aus Sicht der deutschen Motorpresse hatte der amerikanische Automobilbau damit einen Paradigmenwechsel vollzogen. Auf der anderen Seite des Atlantiks hätten Aspekte der Produktion und des Marketing mittlerweile einen größeren Stellenwert als die technisch-konstruktive Beschaffenheit des Autos. Stückkostensenkung, Fahrzeugdesign und Werbung seien die zentralen Kriterien, an denen die Manager ihre Entscheidungen orientieren würden. Bei den großen Herstellern in Detroit und anderswo würde daher die Verkaufsabteilung die technischen Daten der Autos bestimmen und nicht die Konstruktionsabteilung. *„In den USA bauen nicht Ingenieure die Autos, sondern Frauen und Kaufleute“*, kommentierte die

⁴⁸⁵ Das Auto, Motor und Sport, 1948, Bd.3, H.2, S.12.

⁴⁸⁶ An der Blechfront, in: Der Spiegel, 1963, H.32, S.50-61, Zitat auf S.50.

⁴⁸⁷ Ebd., S.58. Tatsächlich wurden, um das Publikum zum Kauf zu animieren, immer neue Modelle präsentiert, die das Vorgängermodell ersetzen sollten. Auf diese Art entstand ein künstlicher Veraltungsprozesses, auch „planned obsolescence“ genannt, der den Zweck hatte, den Wertverfall eines Automodells so zu beschleunigen, dass der Kauf eines neuen Wagens wünschenswert erschien, auch wenn das alte Modell in technischer Hinsicht seine Lebensdauer noch nicht vollendet hatte.

deutsche Motorpresse unisono.⁴⁸⁸ Im Endeffekt sei damit der Fortschritt dem Profit geopfert worden. *„Um einen hohen technischen Preis findet der amerikanische Wagen den Massenabsatz auf einem Markt, der von weiblichen Bewertungsmaßstäben beherrscht wird“*, resümierte die Zeitschrift „Hobby“.⁴⁸⁹ Anders als in Europa, wo das Auto noch technischer Selbstzweck sei und die Konstrukteure sich nicht jeder Mode zu beugen hätten, nur um einen möglichst hohen Absatz zu erzielen, habe in Amerika der Konsum das Wesentliche des Autos, die technische Funktion, korrumpiert und überlagert. *„In Europa wurden die besten und berühmtesten Wagen von Sportsleuten gebaut. Den deutschen Volkswagen baute der Konstrukteur des teuersten Rennwagens der Welt.“*⁴⁹⁰ Ganz ähnlich betonte „Der Spiegel“, ein Jaguar, ein Mercedes oder ein Porsche seien *„in gewissem Maße Selbstzweck, sind Technik an sich. Amerikanische Autos dagegen sind Konsumware.“*⁴⁹¹

⁴⁸⁸ Das Zitat stammt aus: Das Auto, Motor und Sport, 1948, Bd.3, H.2, S.12.

⁴⁸⁹ Straßenkreuzer – schön aber..., in: Hobby, 1954, H.10, S.14-18, Zitat auf S.18. Vor allem im Hinblick auf die ständigen Modellwechsel aus rein modischen Erwägungen wurde dieser Zusammenhang in der Presse immer wieder betont: *„Wenn ein Auto in kurzen Zeitabständen der ‚Optik wegen‘ geändert wird, dann beanspruchen die Karosseriekorrekturen oder die Entwicklung der Karosserie das Werk finanziell und zum Teil auch personell so stark, dass zur Verbesserung der Eingeweide weder Zeit noch Geld übrig bleibt. [...] Das hat natürlich mit technischem Fortschritt überhaupt nichts mehr zu tun.“* Siehe: Motor-Rundschau, 1967, Bd.37, S.547f.

⁴⁹⁰ Das Auto, Motor und Sport, 1948, Bd.3, H.2, S.12. Gemeint ist Ferdinand Porsche, Konstrukteur der Auto Union-Rennwagen und des Volkswagens.

⁴⁹¹ Der Spiegel, 1962, H.43, S.114.

3.3.2. Der Purismus des Volkswagens – Die Wiederentdeckung der Zweckmäßigkeit als nationale Tugend der Deutschen

Dem behaupteten Paradigmenwechsel im amerikanischen Automobilbau setzte man von deutscher Seite das Ideal konstruktiver Fortschrittlichkeit entgegen. Dabei wurde eine vermeintliche „echte“ Fortschrittlichkeit postuliert, worunter zumeist eine Art technische Rationalität verstanden wurde, deren unbestechliche Maßstäbe nicht von betriebswirtschaftlichen Profitabilitätsabwägungen getrübt waren. Diese Konzeption des Fortschritts um seiner selbst willen grenzte man von einem Amerikabild ab, in welchem man den US-Herstellern unterstellte, aus reiner Profitgier modische Veränderungen und verbesserte Bedienungsfunktionen als Fortschritt und Weiterentwicklung zu verkaufen. *„Wir aber sollten mehr darauf achten, nach alter Sitte auch in der Technik innere Werte zu schaffen, und modische Entgleisungen nicht zu kopieren, weil sie technisch betrachtet ‚unecht‘ sind“*, mahnte beispielsweise die „Motor-Rundschau“ 1958 im Hinblick auf die Abgrenzung von den USA.⁴⁹² In einer geradezu naiv simplen Dichotomisierung wurde vor allem in der deutschen Motorpresse ein Gegensatz zwischen einer rein am Profit orientierten amerikanischen Haltung und einer Art technischem Purismus deutscher Prägung aufgemacht. Funktionalität, konstruktiver Genius und die Vernunft der technisch besten Lösung auf der einen Seite, Primat der Form vor der Funktion, betriebswirtschaftliches Kalkül und die manipulative Wirkung von Werbung auf der anderen. Unter dem Titel „Keine Auto – sondern eine Miezenschau“ berichtete der Motorjournalist Fritz Busch vom New Yorker Autosalon.⁴⁹³ Er beklagte, dass Werbung mit sexuellen Reizen mittlerweile so sehr in den Vordergrund gerückt sei, dass die technischen Eigenschaften der ausgestellten Wagen darüber ganz in Vergessenheit geraten würden. Was an Wagen ausgestellt werde, könne zudem kaum als fortschrittlich bezeichnet werden, sondern sei, ähnlich wie die *„leichtbekleideten Miesen“*, lediglich dazu da, die Sensationsgier des Publikums zu befriedigen. *„Zwei weitere Jahre logischer Fortentwicklung würden genügen, glaube ich, und die Amerikaner könnten ein zweckmäßiges, komfortables und verkehrsgerechtes Automobil auf die Räder stellen. Weshalb steht dieses Vernunft-Auto nicht auf der New Yorker Ausstellung? Wahrscheinlich wäre es*

⁴⁹² Motor-Rundschau, 1958, Bd.28, S.319. Diese Unterscheidung von echtem und falschem Fortschritt war nicht neu. Schon in der NS-Zeit hatte beispielsweise die Zeitschrift „Motor-Kritik“ über eine *„Entartung der technischen Form“* geschrieben, ein Zurücktreten der technischen Funktionalität hinter modische *„Fassadenathletik“*, die technischen Fortschritt nur suggeriere und bei der sich die Neuheit zumeist auf Form und Design beschränke. Siehe: Motor-Kritik, 1940, Bd.20, S.462-465.

⁴⁹³ Fritz B. Busch: Keine Auto – sondern eine Miezenschau, in: Der Stern vom 10. Mai 1964, S.89-93.

nicht attraktiv genug, um sich gegen Raumschiffe und Dinosaurier, gegen Traumstädte und Traumzahlen behaupten zu können. [...] Jedes Volk bekommt die Autos, die es verdient.“⁴⁹⁴

Sichtbarer Beweis für die unterschiedliche Haltung zu Technik und Fortschritt war das deutsche Automobil und insbesondere der deutsche Kleinwagen. *„Vor allem die große internationale Verbreitung etwa des Volkswagens ist dafür ein Beispiel, dass solide, langsame Weiterentwicklung einer einmal sachlich richtig verfolgten Idee auf viele Jahre den kaufmännischen Erfolg sichert. Eine solche gesunde konservative Haltung, die auch bei all unsern alten großen Firmen beobachtet werden kann, schließt natürlich nicht aus, dass in Richtung etwa weiterer Senkung des Betriebsstoffverbrauchs, Vereinfachung der Schaltung, Verbesserung der Fahrstabilität und anderer Entwicklungen zu gegebener Zeit nach gründlicher Erprobung neue Bahnen beschrritten werden.“*⁴⁹⁵ In der Wahrnehmung der deutschen Öffentlichkeit zeichneten sich deutsche Fahrzeuge gegenüber den US-Modellen in erster Linie durch ein höheres Maß an Zweckrationalität und technischer Vernunft aus. Der in den 30er-Jahren äußerst erfolgreiche und populäre Rennfahrer Ernst Rosemann kommentierte den Automobilbau in Deutschland mit den Worten: *„Unsere Leistung ist deutsch, sie ist – [...] Sparsamkeit, Fahrkomfort, bescheidener Luxus!“*⁴⁹⁶ In dieser Bedeutungsprägung klang das bereits bekannte Narrativ des in besonderem Maße zweckmäßigen deutschen Wagens wieder an. Auch wenn der Begriff Zweckmäßigkeit nur selten explizit genutzt wurde, so stellt er doch eine Art Sammelbezeichnung für die verschiedenen Attribute dar, mit denen das deutsche Fahrzeug in Abgrenzung vom amerikanischen Wagen charakterisiert wurde. Von zentraler Bedeutung war das Attribut der Einfachheit, das von der NS-Propaganda bereits in den 30er-Jahren zum entscheidenden Kriterium der Fortschrittlichkeit deutscher Fahrzeuge erklärt wurde. Die Vermeidung von unnötigem Luxus oder Komfort und die Beschränkung der Konstruktion auf die wesentlichen Elemente wie Motor, Fahrwerk und Getriebe galt von den 30er- bis in die 60er-Jahre hinein durchgehend als Zeichen einer auf den Transportzweck des Automobils reduzierten Einfachheit. Deutsche Wagen seien *„harte und dauerhafte, nicht übermäßig leise rollende Burgen“*, konzidierte die Zeitschrift *„Das Auto, Motor und Sport“* mit Blick auf die herausragenden Eigenschaften des deutschen Automobilbaus.⁴⁹⁷ Gerade die einfache Bauweise garantiere im Vergleich zu amerikanischen Autos eine *„insgesamt größere Robustheit der Gesamtkonstruktion auf der Basis sehr langlebiger Teile.“* Das deutsche Auto sei daher von der *„Dauerhaftigkeit einer Eiche.“*⁴⁹⁸ Selbst Mercedes-Generaldirektor

⁴⁹⁴ Ebd., S.92f.

⁴⁹⁵ Ernst Rosemann, in: *Automobiltechnische Zeitschrift*, 1951, Bd.53, S.97.

⁴⁹⁶ *Die Neue Zeitung* vom 21. April 1951.

⁴⁹⁷ *Das Auto, Motor und Sport*, 1967, Bd.44, H.14, S.25f.

⁴⁹⁸ Ebd.

Wilhelm Haspel, dessen Firma sich eher auf große und teure Wagen spezialisiert hatte, merkte auf einer Pressekonferenz mit Blick auf die immer größeren Kühlerhauben amerikanischer Wagen an: *„Es ist auch nicht einzusehen, warum ein Fahrzeug so gebaut wird, dass man vom Fahrersitz aus die Kontrolle darüber, wo die Vorderräder sich vermutlich befinden, völlig verliert und nur noch nach dem Gefühl und nicht mehr nach der Sicht fahren muss.“* Dies sei, so Haspel weiter, ein typisches Beispiel dafür, dass im amerikanischen Automobilbau die Funktion durch eine zunehmende Verkomplizierung der Form immer weiter eingeschränkt werde. *„Wir sind der Auffassung, dass man das nicht tun sollte, sondern für die Geschwindigkeiten, mit denen wir erlaubter Weise fahren dürfen, nicht Pseudo-Stromlinien-Formen bauen sollte, die zu Konzessionen auf anderen Gebieten zwingen, die höchst unerwünscht und vor allem nicht zweckmäßig sind.“* Die Modernität von Mercedes-Benz bestehe demgegenüber gerade nicht in der Anpassung an modische Strömungen, sondern *„in der Tradition, die Gestaltung der Fahrzeuge durch Einfachheit zeitlos zu machen“*, so Haspel.⁴⁹⁹ Allgemein anerkannt war die auch von Haspel in seinem Vortrag implizit getroffene Annahme, dass diese Fortschrittlichkeit des Einfachen letztendlich schwieriger zu erreichen sei als die Kompliziertheit und der Luxus amerikanischer Wagen. Die konstruktive Leistung, aus möglichst wenig Material einen einfachen und zweckmäßigen kleinen Wagen zu entwickeln, sei deutlich höher zu bewerten als die Fähigkeit, aus einem Überfluss an Ressourcen technisch immer aufwändiger Autos zu bauen, behauptete beispielsweise „Der Stern“: *„Den besten konstruktiven Einfall verlangen die Kleinwagen. Auf sie wollen wir stolz sein, denn die meisten in Genf [internationaler Autosalon] waren von uns.“*⁵⁰⁰

Neben dem Attribut der Einfachheit waren Merkmale wie Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit zentrale Definitionskriterien der Kategorie Zweckmäßigkeit. *„So präsentiert sich der deutsche Personenwagen als ein Fahrzeug ausgerichtet auf Langlebigkeit, Zuverlässigkeit und höchste Wirtschaftlichkeit, alles Eigenschaften, die ihm über die Landesgrenzen hinaus Anhänger gewannen, selbst dort, wo man mit größeren Maßstäben rechnet und anerkennen muss, dass das ‚Made in Germany‘ in seiner Art einen internationalen Qualitätsbegriff darstellt.“*⁵⁰¹ Im internationalen Vergleich, so die „Motor-Rundschau“, sei das deutsche Automobil zu einer Art Qualitätsstandard in puncto Sparsamkeit geworden. Konstitutiv für dieses Bild war die Annahme einer spezifisch deutschen, aus der Not geborenen Sparsamkeit, die sich, so die Argumentation, in der besonders zweckmäßigen Ausformung deutscher

⁴⁹⁹ Vortrag von Generaldirektor Wilhelm Haspel, gehalten anlässlich des Presse-Empfangs in Stuttgart am 10. Mai 1949, S.13. Das Manuskript befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Hannover 1949.

⁵⁰⁰ Automobiliade 1959, in: Der Stern vom 4. April 1959, S.70-73.

⁵⁰¹ Motor-Rundschau, 1955, Bd.25, S.661.

Automobile der Nachkriegszeit niederschlage. „*Wir arme Nation können keine Luxuswagen, wir können aber auch keine überzüchteten Motorräder gebrauchen. Wir müssen Gegenwert haben für unsere Kauf-Mark, und das deutsche Kraftfahrzeug bietet ihn*“, schrieb die „Hamburger Freie Presse“ Anfang 1949 und betonte den Zusammenhang von wirtschaftlicher Not und konstruktiven Tendenzen im Automobilbau. „*Der deutsche Wagen von heute vereint daher Ökonomie mit allen heute erreichbaren Vorzügen technischer Art!*“⁵⁰² Und auch die Motorpresse hob in zahlreichen Artikeln hervor, dass die wirtschaftlichen Verhältnisse „*immer wieder die Suche nach der Fahrmaschine, nach dem optimal wirtschaftlichen Auto*“ verlangen würden. Vor allem deutsche Ingenieure habe daher im Bereich des Kleinwagenbaus eine Fülle „*revolutionärer Ideen*“ entwickelt.⁵⁰³ Das deutsche Automobil wurde also in der öffentlichen Wahrnehmung zum Symbol für einen spezifisch deutschen Zugang zur Technik, der als Antwort auf die wirtschaftlichen Probleme der Nachkriegszeit gedeutet wurde.

In diesen Äußerungen der Nachkriegszeit findet sich die dezente Nachzeichnung jenes in den 30er-Jahren erstmals postulierten Ideals einer Einheit von nationalen Tugenden und spezifisch deutscher Technik. Ebenso wie damals wurde vor allem von den Vertretern der Automobilindustrie ein Typus des deutschen Ingenieurs stilisiert, der, zutiefst geprägt durch die besondere historische Situation Deutschlands, eine geniale, weil genau den Anforderungen der Zeit entsprechende technisch-konstruktive Lösung ersinnen konnte.⁵⁰⁴ Es war eben dieser Pioniergeist, auf den auch Volkswagen-Generaldirektor Nordhoff in einem Zeitungsbeitrag anspielte, in dem er sich über den internationalen Absatzerfolg der wirtschaftlichen und zweckmäßigen deutschen Wagen äußerte: „*Die deutsche Automobilindustrie besaß von jeher eine ungewöhnliche schöpferische Kraft*“, führte Nordhoff mit Blick auf die konstruktiven Lösungen der technischen Probleme der

⁵⁰² Hamburger Freie Presse vom 3. Februar 1949. Ganz ähnlich argumentiert: Wirtschafts- und Finanzzeitung vom 7. April 1949: „*Dabei ist ohne weiteres klar, dass in einem armen Land, das Deutschland heute ist, nicht der Luxuswagen zu Hause sein kann, der Bequemlichkeit bietet, aber viel verbraucht. In Deutschland kann sich nur der rationelle Wagen halten, bei dem das Wort Sparsamkeit groß geschrieben ist.*“

⁵⁰³ Motor-Rundschau, 1958, Bd.28, S.143.

⁵⁰⁴ Neben dem Ingenieur galt auch der Typus des deutschen Unternehmers als beispielhaft für den spezifisch deutschen Weg in den Nachkriegsjahrzehnten. Zwar verkörperte er nicht in selbem Maße wie der Ingenieur das Ethos der Zweckmäßigkeit, stand aber ebenfalls für eine Tugendhaftigkeit, die über reines Profitstreben erhaben war. So schrieb zum Beispiel der „Industriekurier“ über Heinz Nordhoff nach dessen Tod, es habe sich bei ihm gerade nicht um „*einen jener Unternehmer der Gründerjahre gehandelt, die Profit um des Profits willen machten, die jede fremde Meinung unterdrückten. Niemand, der den VW-Chef näher kannte, dürfte dies ernsthaft von ihm behaupten können.*“ Nordhoff habe vielmehr eine „*Ritterlichkeit des Wettbewerbs*“ verkörpert, „*die wir nicht vergessen sollten.*“ Siehe: Industriekurier vom 17. April 1968. Zum Selbstbild der Wirtschaftseliten nach 1945 siehe **Wiesen, Jonathan:** West German Industry and the Challenge of Nazi Past 1945-1955, London 2001. Allgemein zum gesellschaftspolitischen Einfluss der Unternehmer und zum Unternehmerbild der Nachkriegszeit siehe **Berghahn, Volker:** Unternehmer und Politik in der Bundesrepublik, Frankfurt/M 1985. Einen konzisen Überblick zur Geschichte des Unternehmerbildes in Deutschland gibt **Erker, Paul:** Einleitung. Industrie-Eliten im 20. Jahrhundert, in: Ders. und Toni Pierenkemper (Hrsg.): Deutsche Unternehmer zwischen Kriegswirtschaft und Wiederaufbau. Studien zur Erfahrungsbildung von Industrieeliten, München 1999, S.1-18.

Nachkriegszeit aus. *„Nicht spielerische technische Experimente, wie sie auf dem Pariser Salon Jahr für Jahr die Berichterstatter begeisterten, nicht die grundsolide, aber immer etwas enge Kultivierung des Details, die englische Wagen auszeichnete“*, so die Abgrenzung Nordhoffs der deutschen Automobile von französischen und englischen Konstruktionen. Der deutsche Ingenieur habe sich den Herausforderungen der Nachkriegszeit gestellt und *„wirklich große, neue Ideen, gesund und zukunftsreich, kamen auf den Reißbrettern deutscher Automobilingenieure zu technischen Lösungen“*, so Nordhoff. Der sparsame Kleinwagen sei die deutsche Antwort auf den Mangel an Rohstoffen, der kennzeichnend für die Nachkriegszeit gewesen sei. Die deutschen Ingenieure und Konstrukteure waren nach Ansicht Nordhoffs Pioniere auf diesem Gebiet, weil in Deutschland die Not und der Mangel am größten gewesen seien. Der konstruktive Vorsprung der Bundesrepublik in Bezug auf Sparsamkeit und Solidität werde eindrucksvoll belegt durch die Tatsache, dass *„vor allem den deutschen kleinen und mittleren Wagen eine beherrschende Stellung auf den Weltmärkten“* zukäme.⁵⁰⁵

Wie bereits in den 30er-Jahren, so herrschte auch nach 1945 die Meinung vor, dass sich in der Not die deutschen Tugenden erneut gezeigt hätten und dass die Nation nur dank dieser Tugenden die schwierige Situation der Nachkriegszeit habe meistern können. Vor allem im Zusammenhang mit dem Wiederaufbau wurde von der Automobilindustrie oft auf nationale Tugenden wie Sparsamkeit, Fleiß oder Beharrlichkeit verwiesen, die zur Erklärung des wirtschaftlichen Wiederaufstiegs bemüht wurden. In diesen Deutungsansätzen tauchte stets das Kraftfahrzeug als Symbol dieser Tugenden auf. In seiner Rede zur Feier des 500.000sten Volkswagens würdigte Nordhoff dieses Ereignis als einen *„in ganz Europa einzig dastehenden Sieg des Willens und des Fleißes“*. Die Leistung, in nur acht Jahren des Wiederaufbaus eine halbe Million Autos herzustellen, sei nur zu erklären mit der *„nahezu übermenschlichen Arbeit und dem beispiellosten Mut“* der Arbeiter und Ingenieure des Werkes und natürlich aus der *„technischen Überlegenheit unseres Wagens“*.⁵⁰⁶ Die Fähigkeit der Deutschen, in der Krise durch Fleiß und Pragmatismus das Schicksal zu bezwingen, werde durch den Erfolg der deutschen Automobilindustrie eindrucksvoll unter Beweis gestellt. *„Kein Zweifel kann darüber bestehen, dass wenig Vorgänge so überzeugend den lebenden Beweis für die Tüchtigkeit des deutschen Ingenieurs, den Fleiß und die Unverdrossenheit des deutschen Arbeiters und den Lebenswillen des ganzen deutschen Volkes erbringen können wie die immer mehr ansteigende Anzahl deutscher Automobile auf allen Straßen der Welt. Sie sind bei weitem die besten Botschafter unverlorener deutscher*

⁵⁰⁵ Heinz Nordhoff: Aufstieg der Automobilindustrie, in: Industriekurier vom 29. Juni 1950.

⁵⁰⁶ Zitiert nach: Das Auto, Motor und Sport, 1953, Bd.30, S.545f.

Tüchtigkeit und Gründlichkeit“, führte beispielsweise Nordhoff noch im selben Jahr aus, in dem er, wie oben erwähnt, den Pioniergeist der deutschen Autoingenieure gelobt hatte.⁵⁰⁷ Noch deutlicher betonte der ADAC die Funktion der Automobilindustrie als Symbol für die behaupteten deutschen Tugenden, als er in seiner Verbandszeitschrift die erste Internationale Automobilausstellung der Nachkriegszeit auf deutschem Boden kommentierte: „*Wir müssen uns, um die Bedeutung dieser ersten Internationalen Automobil-Ausstellung der Nachkriegszeit in Deutschland zu erfassen, in unserer Betrachtung ein wenig rückwärts wenden, jener Zeit zu, da unermüdliche Kräfte begannen, aus einem Chaos, aus einem reinen Nichts ungeheure Werte zu schaffen*“, hieß es dort. Die Schau der Autos verdeutliche nicht nur die Leistung des Wiederaufbaus, sie demonstriere auch eindrucksvoll ein spezifisch deutsches Arbeitsethos, welches die Grundlage für diesen Erfolg sei: „*Wer vermochte wirklich der Zukunft irgendwelche Hoffnungen abzuringen? Nur der deutsche Arbeitswille [...]. Darum leben wir um zu arbeiten, andere Nationen zuweilen arbeiten um zu leben. [...] Das ist unser Vorteil: wir sind an Arbeit um der Arbeit willen gewöhnt. Aus der Arbeit um der Arbeit willen steht nun wieder die deutsche Automobilindustrie.*“⁵⁰⁸

Diese enge gedankliche Verknüpfung von Nationalcharakter und Technik prägte die Vorstellung, es gäbe eine klar von anderen Ländern unterscheidbare deutsche Schule im Automobilbau, in der sich die Eigenschaften des Nationalcharakters in konstruktiven Merkmalen niederschlagen würden. In dieser Deutung wurde die angenommene Funktionalität deutscher Fabrikate als Ausdruck einer soliden Zweckmäßigkeit und bodenständigen Ehrlichkeit des deutschen Wesens interpretiert. „*Die kompromisslose Einhaltung des Gebots, nur nach der technischen Notwendigkeit und Zweckmäßigkeit zu gestalten*“, führte Nordhoff mit Blick auf diesen Zusammenhang aus, „*führte zum durchschlagenden Erfolg, der eine neue ‚Schule‘ des Kraftfahrzeugbaues begründete.*“⁵⁰⁹

Während die Deutschen ihre Automobile primär über die Kategorie der Zweckmäßigkeit definierten, wurden anderen Nationen, je nach unterstellten Charaktereigenschaften, jeweils eigene spezifische Konstruktionsweisen zugeschrieben. Die Illustrierte „Der Stern“ veröffentlichte Ende 1958 eine Artikelserie, die ein besonders gutes Beispiel dieser Politisierung des Automobils darstellt. Der bekannte Schriftsteller, Film- und Rundfunkautor Alexander Spoerl schrieb jede Woche einen Testbericht über verschiedene Modelle aus unterschiedlichen Nationen. Unter der Überschrift „Temperament aus Frankreich“ berichtete

⁵⁰⁷ Heinz Nordhoff, in: Wirtschafts-Correspondent vom 19. Oktober 1950.

⁵⁰⁸ ADAC-Motorwelt, 1951, Bd.4, H.4, S.13.

⁵⁰⁹ Rede von Heinz Nordhoff auf der Hauptversammlung des Verbandes deutscher Ingenieure, auszugsweise abgedruckt in: Die Neue Zeitung vom 6. September 1950.

er über die Dauphine von Renault und gab dem Wagen in seiner Darstellung äußerst feminine Züge.⁵¹⁰ „Dieses Auto ist weiblich, wie alle Autos in Frankreich. Man sieht ihm die Französin von allen Seiten an“, behauptete Spoerl, weshalb er diesem Auto – wie er es im übrigen bei allen „südlichen Autos“ zu tun pflege – mit „sehr viel Misstrauen“ entgegentrete. Der Franzose verstehe sich auf die „Lebenskunst“ und wolle daher ein Auto, das dem Verhalten seiner „Liebsten“ nachempfunden sei. So ein Wagen sei einfach nichts für die „emsigen Deutschen“ und der „wortkarge deutsche Ingenieur“ sei auch gar nicht in der Lage, so etwas Graziles „auf die Räder zu stellen“. ⁵¹¹ Demgegenüber ähnele der Skoda 445, über den Spoerl zwei Wochen später berichtete, einer „gesunden Slawin in westlicher Kleidung.“ ⁵¹² Wenn man näher herantrete, entpuppe sich die „grazile Linie als sehr robuste Konstruktion: nicht gerade eine überaus glatte, geschmeidige Haut, sondern sehr rustikal geprägtes Blech. Und dickhäutiger als normal. Wenn man die Klinken anfasst, meint man, einer derben Dirn die Hand zu reichen.“ ⁵¹³ Einen vergleichbar herben Charme attestierte der Tester Spoerl allenfalls noch dem Wartburg, den er liebevoll den „eisernen Gustav“ nannte. ⁵¹⁴ Dass ein solches Fahrzeug mit dem Esprit einer französischen Konstruktion nicht mithalten könne, spiele allerdings keine Rolle, so Spoerl, denn „wo er gebaut wird, hört man weniger auf labile Kundenwünsche, man will vielmehr einen konstruktiven Durchsteher.“ ⁵¹⁵ Bei Spoerl personifizierte das Automobil die Eigenschaften unterschiedlicher Länder geradezu. Derartige Zuschreibungen nationaler Klischees zu verschiedenen Marken und Modellen tauchten regelmäßig in der Berichterstattung der Motorpresse und der Illustrierten auf. Ganz ähnliche Anklänge wie bei Spoerl finden sich beispielsweise in einem Testbericht über den Moskwitsch aus dem Jahr 1959: ⁵¹⁶ „Andere Länder, andere Autos. Man darf natürlich den Moskwitsch nicht unbedingt nach seinem Äußeren beurteilen. Er ist in der Sowjetunion und auch wohl in erster Linie für die dortigen Verhältnisse gebaut: Hauptsache er fährt! Alles andere ist zunächst Nebensache. Er ist irgendwie ein rauer Bursche, etwas unkultiviert, aber mit gutem Charakter.“ ⁵¹⁷ Hier schimmert das Bild des grobschlächtigen, aber gutmütig-dummen Russen durch. Den unwirtlichen Weiten Russlands zolle die Konstruktionsweise des Autos ebenso Tribut wie der technischen Rückständigkeit des Landes. „Abschließend müsste man noch ein Wort zum Werkzeug sagen. Das des Moskwitsch ist ungewöhnlich komplett.

⁵¹⁰ Alexander Spoerl: Temperament aus Frankreich, in: Der Stern vom 27. September 1958, S.60-65.

⁵¹¹ Ebd., S.60.

⁵¹² Ders.: Ein rauer Krieger, in: Der Stern vom 11. Oktober 1958, S.73-78.

⁵¹³ Ebd., S.73f.

⁵¹⁴ Ders.: Der eiserne Gustav, in: Der Stern vom 29. November 1958, S.70-73.

⁵¹⁵ Ebd., S.73.

⁵¹⁶ Hobby testet Moskwitsch 407, in: Hobby, 1959, H.6, S.24-28.

⁵¹⁷ Ebd., S.26f.

*Neben vielen Schlüsseln, ja sogar Reserveteilen, ist auch eine Luftpumpe (!) vorhanden. Man wird daran erinnert, dass es in der Sowjetunion eben nicht so viele Servicemöglichkeiten gibt wie im Westen. Man muss robuste Automobile bauen, sozusagen kleine Westentaschenpanzer, die wenig störanfällig sind, wenig Pflege brauchen und immer laufen!*⁵¹⁸

Populärster Vertreter der deutschen Konstruktionsschule und in der öffentlichen Wahrnehmung geradezu ein Inbegriff der mit dieser Schule assoziierten Tugenden war der VW-Käfer.⁵¹⁹ Noch im Jahr 1967, etwa 30 Jahre nachdem der erste Volkswagen hergestellt worden war, stellt die „Deutsche Automobil-Revue“ fest: *„In den letzten drei Jahren hat sich der Anteil an jungen Leuten, die sich für den VW entscheiden, überdies verdoppelt. Ihre Kaufmotive: Qualität, Beständigkeit der Form, schnelle Austauschbarkeit aller Teile und überlegene Wirtschaftlichkeit.“*⁵²⁰ Wie kein zweites deutsches Automobil verkörperte der Käfer die robuste Einfachheit und die sparsame Bescheidenheit, die als herausragende Merkmale der deutschen Schule galten. Der „geniale“ Ferdinand Porsche habe ein Fahrzeug geschaffen, dessen wahre Fortschrittlichkeit in der Zeitlosigkeit und Ausgereiftheit der Konstruktion liege. Nordhoff pries in einem Interview mit dem „Spiegel“ den Käfer als ein Fahrzeug, das *„in seiner Einfachheit und Qualität vielem anderen, was inzwischen auf den Markt gekommen ist“*, nach wie vor weit überlegen sei.⁵²¹ Dass der Volkswagen auch auf den ausländischen Märkten ausgesprochen erfolgreich war, wurde von der deutschen Motorpresse als Beleg dafür gesehen, dass die spezifisch deutsche Zweckmäßigkeit dieses Fahrzeugs ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber der Konkurrenz aus anderen Ländern sei: *„Nun lehrt die Erfahrung aus dem Erfolg, den der Volkswagen in den Vereinigten Staaten errungen hat, dass es in Amerika auch Interessenten gibt, die von ihrem Wagen nur ‚Nutzen‘ haben wollen und von ihm gar keinen ‚Luxus‘ erwarten, und dass sie auch ein Gefühl dafür haben, dass ein*

⁵¹⁸ Ebd., S.28. Dass diese Meinung allerdings nicht von allen Lesern geteilt wurde, zeigen einige wütende Briefe, die als Antwort auf einen ähnlichen Artikel bei der Redaktion der „Deutschen Automobil-Revue“ eingingen und dort in der Rubrik Leserbriefe teilweise veröffentlicht wurden. Die Zeitung trage zu Unrecht das Adjektiv deutsch, denn sie *„himmele die japanischen Wagen kritiklos an“*, schrieb ein Leser. In den Zeilen über den Wartburg zeige sich darüber hinaus die *„typisch bundesdeutsche Überheblichkeit“* und es werde *„Boykotthetze gegen die DDR“* betrieben. *„Auch die Bemerkungen über den Moskwitsch lassen einige Überheblichkeiten durchscheinen sowie die diskrete Nachzeichnung der Konturen jenes wohlbekannten Bildes vom rückständigen sowjetischen Untermenschen!“* Siehe: Deutsche Automobil-Revue, 1967, Bd.42, H.4, S.4.

⁵¹⁹ Siehe dazu auch **Kubisch, Ulrich**: Aller Welts Wagen. Die Geschichte eines automobilen Wirtschaftswunders. Von Porsches Volkswagen-Vorläufer zum Käfer-Ausläufer-Modell, Berlin 1986. Zum Zusammenhang von Volkswagen und Populärkultur siehe **Hickethier, Knut (Hrsg.)**: Das Deutsche Auto. Volkswagenwerbung und Volkskultur, Gießen 1974.

⁵²⁰ Deutsche Automobil-Revue, 1967, Bd.42, H.2, S.26.

⁵²¹ Interview mit Heinz Nordhoff, in: Der Spiegel vom 30. September 1959, S.40-48, Zitat auf S.50.

solcher Wagen über Jahre hinaus technisch praktisch unverändert vom Fließband laufen kann.“⁵²²

Vor allem auf dem amerikanischen Markt, wo der Käfer schon bald zum Exportschlager der Bundesrepublik wurde, meinte die Deutschen mit ihrem Kleinwagen aus Wolfsburg einen symbolischen Gegenpol zum „Straßenkreuzer“ schaffen zu können.⁵²³ Auch aus Sicht der deutschen Medien repräsentierte der Käfer in den USA einen alternativen Weg, der zweckmäßige Sparsamkeit mit dem Gedanken eines Ausbruchs aus der Homogenität des Massenkonsums kombinierte, zu einer Art Lebensgefühl, dass sich in zentralen Wohlstandsvorstellungen ganz bewusst von tradierten Sichtweisen abheben wollte. Der Käfer wurde für Deutsche wie für Amerikaner zum Symbol für einen „German Way of Life“, der zumindest in Teilen als eine bewusste Absage an den amerikanischen Wohlstandstraum interpretiert wurde. In Amerika, wo das Volk *„die Gestalt einer homogenen Massengesellschaft angenommen“* habe, *„will man sich auch unterscheiden von seinen Nachbarn. Dieser Unterschied soll durch das Auto nicht aufgehoben werden“*, so die deutsche Motorpresse.⁵²⁴ Gerade der Käfer, dessen puristische Erscheinung modische Trends oder jedwede Annehmlichkeit negiere, verbürge durch diese Abweichung von der Norm des amerikanischen Automobilbaus ein gewisses Maß an Andersartigkeit und Individualität. In dieses Interpretationsmuster passte die These von Walter Nelson, Autor eines Buchs über den Volkswagen in Amerika, der behauptete, wer im *„Land der Straßenkreuzer“* einen Käfer fahre, demonstriere guten Geschmack. *„Wer aber einen VW fährt, obwohl er sich einen Cadillac leisten kann, gilt als intellektueller Snob, denn er demonstriert geistigen statt materiellen Wohlstand.*“⁵²⁵

⁵²² Motor-Rundschau, 1956, Bd.26, S.585. Dass die Zuschreibung konstruktiver Fortschrittlichkeit und technischer Zweckmäßigkeit nicht nur den Volkswagen betraf, zeigt eine im Auftrag von BMW durchgeführte Befragung zum Markenimage der eigenen Fahrzeuge. Die befragten Bundesbürger sahen im BMW-Wagen mehrheitlich die Verkörperung deutscher Tugenden in Abgrenzung von allgemeinen Trends im amerikanischen Automobilbau. Die Ergebnisse der Befragung resümierend heißt es in dem Gutachten: *„Schließlich ist in diesem Zusammenhang noch ein ausgeprägt ‚deutscher Zug‘ zu nennen, der auch im Mercedes-Benz-Image vorzüglich anzutreffen ist, dort aber stark autoritative, ‚deutschnationale‘ Züge trägt, bei BMW dagegen mehr das Nicht-Amerikanische, das Gediegene, das Nicht-Modische, auch das Technisch-Sachliche meint. Kennzeichnend dafür sind etwa die sehr häufig gewählten vorgegebenen Zuordnungen ‚wertbeständig‘, ‚für Leute, die den Wagen lange behalten wollen‘ und ‚kein häufiger Wechsel in den Modellen‘.*“ Siehe: Gutachten zur Frage der Weiterentwicklung des Typenprogramms der Bayerischen Motoren-Werke AG vom 29. September 1964, S.10. Ein Exemplar des Gutachtens befindet sich im BMW Konzernarchiv unter der Signatur UA 1344.

⁵²³ Wolfsburg hatte bereits frühzeitig damit begonnen, neue Absatzmärkte im Ausland zu erschließen, um Devisen zu erwirtschaften. Zwischen 1950 und 1953 exportierte Volkswagen zwar nur 2.941 Wagen nach Amerika, aber diese Zahl wuchs in nur zwei Jahren auf 35.851 Stück an. Mitte der 60er-Jahre verkaufte Wolfsburg jährlich etwa 300.000 Autos in Amerika und zu diesem Zeitpunkt waren von jeweils 100 in den USA verkauften ausländischen Wagen 68 ein Käfer. Angaben aus: Wunder der Wanze, in: Der Spiegel, 1965, H.22, S.119.

⁵²⁴ Deutsche Automobil-Revue, 1959, Bd.44, H.11, Sonderband, S.IIf.

⁵²⁵ Nelson, Henry W.: Small Wonder. The Amazing Story of the Volkswagen Beetle, Boston 1965.

Am Beispiel des VW-Käfer zeigt sich zudem, dass auch im Ausland Bedeutungszuschreibungen zum deutschen Automobil getroffen wurden, die, im Einklang mit der Selbstwahrnehmung der Deutschen, oftmals die Zweckmäßigkeit und Solidität deutscher Automobile als nationales Spezifikum wahrnahmen. So zum Beispiel ein Kommentator aus Italien: *„So robust wie der Deutsche sind auch die Waren, die er produziert. Wenn die Deutschen etwas machen, so geben sie nicht nach, bis es sitzt. Ihre Rigidität ist beachtlich. Mein Cousin fuhr mit einem VW durch die Wüste, ohne ihn kaputtzumachen.“*⁵²⁶ Gerade in Amerika profitierte das deutsche Automobil von einer solchen Aufladung mit nationalen Stereotypen, denn sie verschafften den Wagen auf dem US-Markt eine als positiv wahrgenommene Markenidentität. Dabei wurden die symbolischen Subtexte aber nicht einfach nur rezipiert, sondern oftmals auch aufgegriffen und weiterentwickelt. Klischees und romantisierende Deutschlandbilder ließen sich ebenso auf das Auto projizieren wie negative Assoziationen und Ablehnung. Die einflussreiche amerikanische Motorzeitschrift „Car and Driver“ veröffentlichte einen Testbericht über den Käfer, in dem das Fahrzeug zum Symbol für positive Eigenschaften wurde, die als spezifisch deutsch wahrgenommen wurden. *„Es ist etwas Angenehmes, einen Volkswagen zu besitzen – etwa so, wie wenn man einen guten Schäferhund hat. Man weiß, dass er einen nicht mit einer zweiten Hypothek belasten wird, um ihn zu unterhalten, und dass er immer da sein wird, mit wedelndem Schwanz, bereit, rechtschaffen seine Arbeit zu verrichten. [...] Die zähen, praktischen Deutschen, die ihn schufen, legen auf Schau-Attribute keinen großen Wert, aber wenn es darum geht, treue und ausdauernde Automobile zu bauen, in deren komplizierter Maschinerie ein richtiges Herz zu schlagen scheint, sind sie nicht zu übertreffen.“*⁵²⁷ Während die Amerikaner den Volkswagen als Manifestation einer von ihnen bewunderten Zweckmäßigkeit der Deutschen sahen, schrieb ein britischer Journalist über den Rennwagen, den Daimler-Benz Anfang der 50er-Jahre hergestellt hatte: *„Das ist ein offen gestanden erschreckendes Auto. Es jagt Furcht ein. Es gibt mir die Gewissheit, dass die gegen die Wiederbewaffnung Deutschlands eingestellten Kreise völlig Recht haben.“* Hier zeigte sich die Sorge vor einer als unheilvoll empfundenen Symbiose von deutschen Eigenschaften und technologischem Fortschritt. Bemerkenswert ist dabei die vom Autor vertretene Ansicht, deutsche Technik unterscheide sich pauschal von englischer Technik, sie sei, ähnlich wie die Deutschen, drohend und Furcht einflößend: *„Die gewöhnlichen Mercedes sind ganz hübsche, aber nicht aufregende Wagen. Aber der*

⁵²⁶ **Koch-Hillebrecht, Manfred:** Das Deutschlandbild. Gegenwart, Geschichte, Psychologie, München 1977, skizziert das Deutschlandbild von Amerikanern, Franzosen und Italienern auf der Basis von Fragebogen-Erhebungen aus den 60er-Jahren.

⁵²⁷ Der Artikel ist abgedruckt in: Das Auto, Motor und Sport, 1966, Bd.43, H.7, S.54.

*Sportwagen ist wieder ein Stück technischer Utopie, diesmal aber nicht in einem Groschenmagazin, sondern in einem teuren dicken Band zu ernstem Studium für das supreme command. Das Dings ist schön auf eine grimmige, bedrohliche Art, unheilvoll, zu massiv, zu schlau, zu stark, absolut wagnerianisch. [...] Der große Mercedes [...] ist repräsentativ für etwas, was wir kennen und in der deutschen Tradition fürchten.*⁵²⁸ Wenn auch unter negativen Vorzeichen, so wurde hier doch die behauptete deutsche Konstruktionsschule und der national spezifisch Zugang zur Technik bestätigt.

In der deutschen Öffentlichkeit wurde mit dieser Schule und der angeblich deutschen Tugend der Zweckmäßigkeit aber nicht lediglich ein spezifischer Zugang zur Technik assoziiert. Das „Made in Germany“ stand vielmehr ganz allgemein für einen deutschen Weg in die Moderne, der sich vor allem vom kritisierten Materialismus des amerikanischen Gesellschaftsmodells unterscheiden sollte. So wie die Kritik am amerikanischen Automobil, wie im vorangegangenen Kapitel gezeigt, im Kern eine Kritik an der westlichen Konsumgesellschaft war, so war auch die Hervorhebung des deutschen Ethos der Zweckmäßigkeit mehr, als nur ein technisch-konstruktiver Einwand in Fragen des Automobilbaus. Der deutsche Wagen symbolisierte in den 50er- und frühen 60er-Jahren den deutschen Entwurf einer modernen Konsumgesellschaft. Anders als in den USA sollten Wohlstand und Konsum nicht zu gesellschaftspolitischen Leitideen werden, sondern gerade durch das Konzept der Zweckmäßigkeit in ihrer sozialen Wirkmächtigkeit begrenzt werden. Deutsch, so die Selbstkonstruktion, war ein an realen Bedürfnissen orientierter Konsum, ein vernunftbetonter Umgang mit Waren und Gütern, der dem moralischen Anspruch einer allgemeinen Bescheidenheit gerecht wurde. Die behauptete Zweckmäßigkeit und Dauerhaftigkeit deutscher Produkte sollte gleichsam eine moralische Läuterung des Wohlstandes garantieren – ein durch Zweckmäßigkeit purifizierter Massenkonsum. Diesen „German Way of Life“

⁵²⁸ Zitiert nach: Das Auto, Motor und Sport, 1954, Bd.31, H.23, S.12. Ein weiteres Beispiel für die Aufladung des Automobils mit negativen nationalen Stereotypen ist der Beitrag eines französischen Motorjournalisten im „Spiegel“, der sich mit der Frage auseinandersetzt, warum der VW in Frankreich nur so niedrige Absatzzahlen habe. Der Käfer sei *„rund, schwerfällig, langsam, bucklig, solide und gut gebaut. Der Franzose denkt dabei an Küche, Häuslichkeit und Sauerkraut, ohne Charme und Phantasie, genauso, wie er sich Deutschland schlechthin vorstellt.“* Der Wagen erscheint in dem Artikel als Symbol für die Nation und hier vor allem für die Solidität und Zweckmäßigkeit der Deutschen, aber auch für die Finesse und Leidenschaft der Franzosen. Um die Assoziation mit nationalen Attributen noch zu verstärken, gibt der Autor dem Wagen menschliche Züge. Da wird dann der Volkswagen zur Gouvernante und der französische Wagen zur unberechenbaren Geliebten: *„Die Entscheidung für einen Volkswagen ist für den Franzosen eine Geste der Verzweiflung. In Frankreich wurden so ultramoderne Autos gebaut wie der Citroen DS 21 und der Renault 16, die von technischen Raffinessen nur so strotzen. Wer, obschon Franzose, einen VW kauft, gibt sich teutonisch, klischeehaft und setzt Speck an. Der Schwächen und Pannen der französischen Autos überdrüssig, die gut entworfen, aber schlecht gebaut sind, reagiert er, wie ein durch die Kapricen der Starlets müde gewordener Lebemann, der seine Gouvernante heiratet. Obschon es ganz bequem ist, ein unterwürfiges Auto zu besitzen, das einen niemals betrügt, wollen nur wenige Franzosen auf ihr französisches Auto mit seinen Verführungskünsten und seinen Unberechenbarkeiten verzichten.“* Siehe: Der Spiegel, 1966, H.40, S.137.

symbolisierte der zweckmäßige und sparsame deutsche Kleinwagen im Kontrast zum verschwenderischen und überdimensionierten „Straßenkreuzer“. Das Auto erschien hier gleichsam als Spiegelbild der Gesellschaft.⁵²⁹

Diese Symbolfunktion des Automobils soll im Folgenden exemplarisch an der Diskussion um die amerikanischen „compact cars“ verdeutlicht werden. Der in Amerika sogenannte „Kompaktwagen“, man wollte unter allen Umständen den Begriff Kleinwagen vermeiden, stellte eine neue Wagenklasse dar und war in Bezug auf Größe und Leistung deutlich kleiner dimensioniert als die damals gängigen Modelle der US-Hersteller. Mit einer Länge von durchschnittlich 4,5 Metern, etwa 90 Pferdestärken und einem Hubraum von ungefähr 2.500 Kubikzentimetern waren die „compact cars“ allerdings alles andere als klein, sondern bewegten sich in vergleichbaren Größenordnungen wie die deutsche Sechszylinderklasse mit dem Mercedes 219 oder dem Opel Kapitän. Im Vergleich zu einem Chevrolet Impala aber, mit einer Länge von 5,3 Metern, 137 Pferdestärken und 3.867 Kubikzentimetern Hubraum, waren die Kompaktwagen deutlich kleiner und mindestens 10 bis 30% billiger in Anschaffung und Unterhalt. Den Anfang machte Chevrolet im Jahr 1959 mit dem Modell Corvair, es folgten noch im selben Jahr der Ford Falcon sowie der Chrysler Valiant.⁵³⁰ Die Ursachen für diese Abrundung der Produktpalette nach unten hin waren vielschichtig. Zum einen wollten die amerikanischen Hersteller mit den preisgünstigen „Kompaktwagen“ vom beginnenden Trend zum Zweitwagen profitieren und dem Käufer einen kleinen und wendigen Wagen für die Hausfrau anbieten. Darüber hinaus sollten die „compact cars“ Käufer anlocken, die bislang aus Kostengründen nur gebrauchte Wagen gekauft hatten. Daneben spielte auch eine Rolle, dass die amerikanischen Hersteller hofften, der wachsenden Konkurrenz durch europäische Importwagen auf diese Art begegnen zu können.⁵³¹ Seit dem Ende des Krieges war die Zahl der importierten europäischen Klein- und Mittelklassewagen kontinuierlich angestiegen, bis diese zeitweise sogar einen Marktanteil von etwa 10%

⁵²⁹ Paradigmatisch für die These eines spezifisch deutschen Konsummusters ist **Betts, Paul**: The Authority of Everyday Objects. A Cultural History of West German Industrial Design, Berkeley 2004. Betts zeigt, dass es im Bereich des Industrie- und Produktdesigns Bestrebungen gab, durch eine puristische und funktionalistische Formgebung die Ware auf die reine Bedürfnisbefriedigung zu reduzieren und dadurch ein Ausufern des Konsums zu verhindern. Zur Diskussion um die Frage nach einer spezifisch deutschen Ausformung des Kapitalismus siehe **Berghahn, Volker und Sigurt Vitols (Hrsg.)**: Gibt es einen deutschen Kapitalismus? Tradition und globale Perspektiven der sozialen Marktwirtschaft, Frankfurt/M 2006. Für eine systematische Untersuchung der kommunikativen Funktion von Konsumgütern siehe **Gries, Rainer**: Produkte als Medien. Kulturgeschichte der Produktkommunikation in der Bundesrepublik und in der DDR, Leipzig 2003.

⁵³⁰ Zur Modellentwicklung im amerikanischen Automobilbau siehe **Montgomery, Andrew (Hrsg.)**: The Great Book of American Automobiles, London 2002.

⁵³¹ Zur Konkurrenz deutscher und amerikanischer Hersteller auf den heimischen und den internationalen Märkten siehe **Schwarz, Karl**: Car Wars. Die Automobilindustrie im globalen Wettbewerb, Bern u.a. 1994.

erreichten.⁵³² Im Jahr 1959 wurde mit knapp einer halben Million Autos, die den Atlantik in Richtung USA überquerten, ein neuer Höchststand erreicht.

Die Exporterfolge europäischer und vor allem auch deutscher Automobile wurden in der bundesrepublikanischen Presse stets dahingehend interpretiert, dass die Amerikaner in wachsendem Maße die Attraktivität eines bescheideneren Konsummodells für sich entdeckt hätten. Der europäische Wagen wurde zum Gegenentwurf des „American Way of Life“ stilisiert und sein Erfolg als Absage der US-Konsumenten an Verschwendung und Unvernunft verstanden. *„Detroit bot den Käufern von Jahr zu Jahr größere, stärkere und schwerere Wagen an. Dem Standard-Straßenkreuzer sprossen Flossen und Flügel, und unter verschwenderischem Aufwand von Chromzierrat brach“*, so „Der Spiegel“, *„die Epoche kraftstoffschlürfender Dinosaurier an. Je ungefügiger und unwirtschaftlicher aber Detroit's Autos wurden, umso mehr stiegen die US-Automobilisten um auf wendige, handliche, sparsame und preiswerte Kleinwagen aus Europa.“*⁵³³ Dass der amerikanische Autofahrer sich zunehmend für europäische Fabrikate interessiere, zeige letztendlich, so der Tenor in der deutschen Presse, dass man auch in den USA langsam anerkenne, dass maßloser und nicht mehr an den realen Bedürfnissen orientierter Konsum nicht der richtige Weg sei. Der amerikanische Autokäufer verhalte sich endlich rational und wende sich von den *„Straßenlokomotiven“* ab. Auf die Verschwendung und die *„blechernen Wunschträume“* folge nun die Einsicht in die Notwendigkeit eines *„amerikanischen Volkswagens“*.⁵³⁴ Deutlich klang in dieser Argumentation das eingangs geschilderte Fortschrittsverständnis an, nach dem Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit höher zu bewerten seien als Komfort und modisches Styling. Das amerikanische Beispiel habe gezeigt, dass technische Weiterentwicklung nicht gleichbedeutend sei mit Fortschritt, weil man sich in Detroit und anderswo vom Ideal konstruktiver Fortschrittlichkeit entfernt habe. In diesem Sinn *„kann eine sorglose Weiterentwicklung von Fahrzeugen dem wirtschaftlich Möglichen und Wünschenswerten davonlaufen, wie uns heute das amerikanische Beispiel deutlich zeigt“*, schrieb die *„Motor-Rundschau“* in einem Beitrag zur Entwicklung des amerikanischen Automobilbaus. Und weiter hieß es dort: *„In den USA glaubte die Auto-Industrie durchaus im Käuferinteresse zu handeln, wenn sie Jahr für Jahr immer leistungsstärkere, längere, breitere*

⁵³² Zum Export und zur Bedeutung für die Zeitgenossen siehe: Deutschlands Export. Rettung für den Wohlstand?, in: Der Spiegel, 1967, H.27, S.38-49.

⁵³³ Wunder der Wanze, in: Der Spiegel, 1965, H.22, S.119-125, Zitat auf S.122f.

⁵³⁴ Erbkönige in Detroit, in: Der Spiegel vom 18. Februar 1959, S.47f. Anlässlich der IAA 1959 schrieb die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ in ihrer Ausgabe vom 26. September 1959 in einem Beitrag über amerikanische Modelle auf der Messe: *„Wenn man vor diesen phantastischen Gebilden steht, kann man verstehen, das sich viele Amerikaner nachgerade etwas handlichere und sparsamere Wagen ohne alle den Luxus wünschen. Für unsere Verhältnisse und Straßen sind diese ‚Hypertrophie-Gebilde‘ jedenfalls nicht sonderlich geeignet.“*

und niedrigere Modelle herausbrachte. [...] Im Gegenteil, in dem gleichen Maße, wie die Wagen länger und niedriger wurden, stiegen auch ihre Preise, und zwar vor allem in den unteren Preisklassen. [...] Die Auswirkungen dieser Entwicklung sind bekannt: Weit über 200.000 ‚kleine Europäer‘ sind 1957 in den USA verkauft worden.“⁵³⁵

Vor dem Hintergrund dieses am Automobil symbolisch verdichteten Antagonismus verschiedener Wege in die moderne Konsumgesellschaft wurde das Aufkommen der ersten „compact cars“ von der deutschen Presse als ein partielles Scheitern des amerikanischen Gesellschaftsmodells interpretiert. Amerika habe sich die Fehler seiner bisherigen Entwicklung eingestanden, so die These, und die Automobilindustrie vollziehe nun einen tief greifenden Wandel hin zu den Tugenden der Zweckmäßigkeit und der Bescheidenheit. Die Motorzeitschriften kommentierten die neuen Modelle teilweise als einen grundsätzlichen Politikwechsel der Autokonzerne im Sinne einer Abkehr von der bisherigen Modellpalette. Die Zeitschrift „Hobby“ schrieb, es sehe so aus, *„als ob die Industrie ihre Struktur von Grund auf ändern wollte“*, und prognostizierte eine schrittweise Umwälzung des amerikanischen Marktes hin zu kleineren und sparsameren Fahrzeugen.⁵³⁶ Amerikas Industrie habe auf die europäische Herausforderung reagieren müssen und sich dadurch wieder auf Technik und Zweckmäßigkeit besonnen, schrieb „Das Auto, Motor und Sport“. Die *„Anonymität amerikanischer Industrieprodukte“*, die sich mit ihrem modischen Styling von den wahren Bedürfnissen der Menschen entfernt hätten, sei durch die realitäts- und vernunftbezogene Konstruktion der Kompaktwagen endlich überkommen. *„So werden Amerikaner wieder über Autos fachsimpeln können und nicht über Modelle. Man spricht über Heckmotor und Frontantrieb. Die Zeitungen und das Fernsehen sind voll davon. Es ist wahrlich eine Sensation, eine neue Epoche dämmert herauf, ein zweiter Aufguss der Unabhängigkeitserklärung amerikanischer Pioniere.*“⁵³⁷

Angesichts der nach wie vor enorm hohen Verkaufszahlen der großen amerikanischen Wagen war eine solche Einschätzung zweifelsohne übertrieben, sie zeigt jedoch, wie ideologisch diese Debatte in Deutschland geführt wurde.⁵³⁸ Deutsche Zeitschriften neigten dazu, die modellpolitische Richtungskorrektur amerikanischer Automobilhersteller als Indikator für einen gesellschaftlichen Wertewandel zu interpretieren. Nun zeige sich, so „Der Stern“, dass der amerikanische Konsument zunehmend desillusioniert sei. *„Die Zweifel an Sinn und Wert*

⁵³⁵ Droht uns technische Über-Entwicklung? in: Motor-Rundschau, 1958, Bd.28, S.463f.

⁵³⁶ Autokrieg in den USA, in: Hobby, 1960, H.1, S.13-19.

⁵³⁷ Das Auto, Motor und Sport, 1959, Bd.36, H.19, S.28.

⁵³⁸ 1959 verkauften amerikanische Hersteller insgesamt 5,4 Millionen Wagen auf dem heimischen Markt, während Europa im selben Zeitraum knapp 500.000 Automobile in die USA exportierte. Angaben aus: Der Spiegel, 1965, H.22, S.120.

des Lebensstandards konzentrieren sich auf das Auto, an dem die ‚entzauberten Konsumenten‘ plötzlich all das bemäkeln, was sie früher in Ekstase versetzte.“ Die amerikanische Autoindustrie habe reagieren müssen, weil sich die Menschen in Scharen von den „gepriesenen Symbolen ihrer Lebensart“ abgewandt hätten und vermehrt europäische Kleinwagen kaufen würden.⁵³⁹ Auch politische Magazine wie „Der Spiegel“ stellten die Entwicklung auf dem amerikanischen Automarkt als Ausdruck einer gesellschaftspolitischen Wende dar: „Frappiert entdeckten die Großen Drei [Ford, General Motors und Chrysler] das Dilemma, in das sie sich mit ihrer ‚Größer-und-Besser‘-Manie verrannt hatten. Ihre Autos waren selbst für Amerikaner zu fett und zu teuer geworden. Die 5,3 Meter langen Chevrolets waren Ausgeburten einer grotesken, optimistisch-selbstzufriedenen Überschätzung des amerikanischen Lebensstandards durch die Amerikaner.“⁵⁴⁰ Desillusioniert vom „American Way of Life“ hätten sich daher zunächst die Intellektuellen von den Symbolen des Wohlstandes abgewandt und gerade das deutsche Auto bevorzugt gekauft, weil es die Verkörperung derjenigen Werte darstelle, die aus ihrer Sicht im modernen Massenkonsum amerikanischer Prägung abhanden gekommen seien. „Und die amerikanische Intelligenz, die technische und kulturelle, die seit langem den Detroiter Dinosaurier samt allem, was er symbolisiert, für den am wenigsten lobenswerten Teil des amerikanischen Wesens gehalten hatte, steigt bahnbrechend auf den Käfer um. Sie proklamiert die vergessenen Vorzüge der Ökonomie, den ästhetischen Reiz des nüchternen Funktionalismus, die Eleganz des Schlichten. Sie demonstriert den umgekehrten Snobismus, die Kleinwagen-Askese als das einzige Mittel, durch das ein Mensch in einer Gesellschaft nivellierter Verschwender seine Individualität bekunden kann.“⁵⁴¹ In der Wahrnehmung der bundesrepublikanischen Öffentlichkeit verkörperte der VW-Käfer daher einen spezifisch deutschen Weg in die modernen Zeiten von Massenkonsum und Breitenmotorisierung. Dabei war das Bild einer besonderen deutschen Zweckmäßigkeit und Sparsamkeit dominant und blieb bis Mitte der 60er-Jahre weitgehend unhinterfragt. Erst die Konjunkturkrise von 1966/67 offenbarte einen tief greifenden Wandel der Autosymbolik, der mit einer Neubewertung des Attributs der Zweckmäßigkeit einherging.

⁵³⁹ Die kleinen Käfer, in: Der Stern vom 18. Dezember 1959, S.56f.

⁵⁴⁰ Erbkönige in Detroit, in: Der Spiegel vom 18. Februar 1959, S.47f.

⁵⁴¹ Die Dinosaurier, in: Der Spiegel vom 28. Mai 1958, S.50-54, Zitat auf S.54.

4. Die Entzauberung des Automobils 1967-1974

4.1. Die Krise der Automobilindustrie

„Nach einem Stalingrad – und ein Produktionsrückgang von mehr als einem Viertel in einem Jahr ist ein wirtschaftliches Stalingrad – braucht man sich nicht erst in eine Krise hineinzureden, die Krise ist offensichtlich da.“⁵⁴² Mit diesen Worten kommentierte Sebastian Haffner in der Zeitschrift „Der Stern“ die Situation der Automobilindustrie im Herbst des Jahres 1967. Der Vergleich mit dem emotional und politisch hoch besetzten Erinnerungsort Stalingrad dürfte von Haffner bewusst gewählt worden sein, um die Dramatik der Ereignisse in der deutschen Automobilindustrie möglichst drastisch darzustellen. Seit dem Spätsommer 1966 hatten sich die Krisenzeichen über den Werken der Kraftfahrzeugindustrie verdichtet. Die Zulassungszahlen auf dem Inlandsmarkt waren gegenüber dem Vorjahr um 17% gesunken und bei den Herstellern standen die fabrikneuen Wagen auf der Halde. Sinkende Auslastungsquoten und Kurzarbeit waren die Folge, so dass in der ersten Hälfte des folgenden Jahres die Produktion der gesamten deutschen Automobilindustrie um 25% sank. Große Symbolwirkung in der öffentlichen Wahrnehmung hatten vor allem zwei Entwicklungen, die teilweise als direkte Folge der Absatzkrise gesehen wurden. Zum einen zog Fiat im Hinblick Produktionszahlen im ersten Halbjahr 1967 am Volkswagenwerk vorbei und war damit zwischenzeitlich Europas größter Automobilhersteller. Zum anderen verdrängte Japan die Bundesrepublik vom zweiten Platz in der weltweiten Rangliste der automobilproduzierenden Länder und rückte hinter die unangefochten an der Spitze rangierenden Amerikaner. Zum ersten Mal seit dem Ende des Zweiten Weltkriegs war die erfolgverwöhnte Automobilbranche, die als Motor der gesamtwirtschaftlichen Konjunktur galt, selbst in eine Phase der Depression geraten.⁵⁴³

Diese Absatzkrise der Automobilindustrie war allerdings kein Phänomen, das auf den Markt für Kraftfahrzeuge beschränkt war, sondern fiel in eine allgemeine Rezessionsphase der deutschen Wirtschaft.⁵⁴⁴ Auch wenn die Absatzflaute auf dem Kfz-Markt hauptsächlich eine

⁵⁴² Sebastian Haffner: Alarm an der Autofront, in: Der Stern vom 6. September 1967, S.68f.

⁵⁴³ Die Angaben sind der zeitgenössischen Berichterstattung über die Krise der Autoindustrie entnommen. Siehe zum Beispiel: Absatzkrise nur bei Hausmarken, in: Der Spiegel, 1967, H.17, S.46-50. Eine rückblickende Darstellung des Krisenjahres findet sich in: Neue Blüte mit kleinen Schönheitsfehlern, in: Saarbrücker Zeitung vom 14. Oktober 1968.

⁵⁴⁴ Verschiedene langfristige und kurzfristige ökonomische Ursachen hatten im Verlauf des Jahres 1966 zu einem deutlichen Abflauen der konjunkturellen Entwicklung in der Bundesrepublik geführt. Vgl. dazu **Abelshauser, Werner**: Wirtschaftsgeschichte der Bundesrepublik Deutschland 1945-1980, Frankfurt/M 1983, S.98ff. Hinzu kam, dass die Bundesregierung auf einen Anstieg der Lebenshaltungskosten zwischen 1965 und 1966 um 4,5% mit einer Politik der Ausgabenkürzung reagierte und der Geldwertstabilität einen höheren Stellenwert beimaß als einer auf Wachstum und Vollbeschäftigung ausgerichteten Konjunkturpolitik. Als die Bundesbank schließlich den Leitzins anhob, führte dies in der Wirtschaft zu einem starken Rückgang der Investitionen. Über die Frage der Deckung des Haushalts kam es schließlich zu einer Krise der christlich-

Folge der allgemeinen Rezession war, so traf der Rückgang privater Nachfrage die Automobilbranche dennoch deutlich härter als andere Industriezweige.⁵⁴⁵ Hinzu kam, dass die Automobilindustrie weithin als ein Schlüsselsektor der deutschen Wirtschaft wahrgenommen wurde, weshalb die konjunkturellen Ausschläge hier mit besonderer Aufmerksamkeit beobachtet wurden. Seitens der Autoindustrie zeigte man sich zwar besorgt, war jedoch darum bemüht, den Begriff Krise zu vermeiden. In der zweiten Hälfte des Jahres 1966 *„zeichnete sich nach einer seit zwei Jahrzehnten ununterbrochenen Aufwärtsbewegung erstmals eine Zäsur ab“*, hieß es beispielsweise im Geschäftsbericht von Daimler-Benz.⁵⁴⁶ Ähnlich vorsichtig formulierte die Auto Union in ihrem Geschäftsbericht: *„Zum ersten Mal in der Nachkriegsgeschichte stieg in der Bundesrepublik die Nachfrage nach Automobilen nicht mehr. [...] In der zweiten Jahreshälfte machten sich beim Automobilabsatz starke Stagnationserscheinungen bemerkbar.“*⁵⁴⁷ Die Kfz-Industrie wollte entschieden dem Eindruck entgegentreten, sie befinde sich in einer Strukturkrise, die ein grundsätzliches Umsteuern erforderlich mache. Stattdessen beharrte man in den Chefetagen der großen Automobilhersteller weiterhin auf der Ansicht, die Motorisierungsdynamik in Deutschland sei ungebrochen und werde auch in Zukunft einen steigenden Absatz garantieren. Der Vorsitzende des Aufsichtsrates der Bayerischen Motorenwerke AG, Hermann Karoli, brachte diese Haltung in einer Rede anlässlich der Aktionärsversammlung am 25. August 1967 zum Ausdruck: *„Müssen wir die Periode des ungehemmten stolzen Aufschwunges, den die deutsche Automobilindustrie nach dem 2. Weltkrieg erlebte und der sie an die 2. Stelle (nach den USA) in der Weltrangliste aufsteigen ließ, als beendet ansehen, oder handelt es sich lediglich um eine vorübergehende Unterbrechung dieses Aufschwungs?“* Karoli beantwortete diese Frage sogleich selbst und wies mit Nachdruck die in der Öffentlichkeit häufig geäußerte Befürchtung zurück, man habe es mit einer Marktsättigung zu tun und müsse sich daher in Zukunft auf deutlich niedrigere Wachstumsraten als in der Vergangenheit einstellen: *„Nach unserer Meinung, die sich übrigens auf die Ansicht führender Marktforscher stützt, wird sich*

liberalen Koalition, an deren Ende sich die Kräfte, die eine aktive Konjunkturpolitik und eine gesamtwirtschaftliche Rahmenplanung befürworteten, in einer großen Koalition unter Führung des neuen Kanzlers Kurt-Georg Kiesinger formierten. Zu den wirtschaftlichen Problemen gesellte sich ab Sommer 1966 also noch eine politische Krise, so dass sich zum Ende des Jahres hin eine tief sitzende Verunsicherung und Sorge über die Zukunft in der Bevölkerung breit machte, was nicht zuletzt an einer gewissen Konsumzurückhaltung ablesbar wurde. Zum Sturz des Kabinetts Erhard und zur Wirtschaftspolitik der großen Koalition vgl. **Morsey, Rudolf**: Die Bundesrepublik Deutschland. Entstehung und Entwicklung bis 1969, München 1987, S.87-106.

⁵⁴⁵ Während das Bruttoinlandsprodukt im Krisenjahr um 2,4% zurückging, schrumpfte die Produktionsleistung der Autoindustrie um 14,6%. Siehe: Anm. 543.

⁵⁴⁶ Geschäftsbericht der Daimler-Benz AG für das Berichtsjahr 1966, S.9. Der Bericht befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Geschäftsberichte.

⁵⁴⁷ Geschäftsbericht der Auto Union AG für das Berichtsjahr 1966, S.5. Der Bericht befindet sich im Audi-Unternehmensarchiv, Bestand Geschäftsberichte.

*die Motorisierungswelle nicht nur bei uns, sondern auch in anderen europäischen und außereuropäischen Ländern weiter fortsetzen; sie ist einfach nicht aufzuhalten und bildet geradezu ein Charakteristikum unserer heutigen Zeit. [...] Schließlich wird auch der durch die derzeitige Kaufzurückhaltung entstandene Nachholbedarf den deutschen Automobilabsatz zusätzlich beleben, sobald eine allgemeine Aufwärtsentwicklung der Konjunktur beim Verbraucher spürbar wird. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass die dann einsetzende Nachfrage in unserer Industrie neue Produktionsrekorde hervorruft.*⁵⁴⁸

Für die Automobilindustrie lag die Ursache für den Absatzrückgang daher in einer kurzfristigen Kaufzurückhaltung der Konsumenten, die ihrerseits wiederum die Folge einer Reihe von politischen Fehlentscheidungen war. Joachim Zahn, Vorstandssprecher von Daimler-Benz, kritisierte in seiner Rede auf der Aktionärsversammlung im August 1967 die Verkehrspolitik des Bundes und machte sie ausdrücklich für die wirtschaftlichen Schwierigkeiten verantwortlich: *„So sind ja die Ihnen allen bekannten Rückschläge der Branche im Herbst des vergangenen Jahres doch in erster Linie durch die in ihrer Höhe und Unabgewogenheit untragbaren Belastungen des Kraftverkehrs ausgelöst worden, die gelegentlich wohl mit Recht als eine Art ‚amtliche Abschreckung‘ bezeichnet werden. Wenn auch diese Maßnahmen zum Teil nicht in dem vollen, zunächst angekündigten Ausmaß verwirklicht wurden, wie z.B. bei der Herabsetzung der Km-Pauschale, so haben sie doch in ihrer Gesamtheit zu negativen Rückwirkungen geführt, die auch leider bis heute noch nicht behoben sind.*⁵⁴⁹ Zahn bediente sich bewusst des Bildes vom Automobil als Motor der deutschen Wirtschaft, um die Interessen der Automobilindustrie mit dem Gemeinwohl identifizieren zu können. Gerade in der Krise versuchte die Autoindustrie reflexhaft, die bislang so erfolgreichen Deutungsmuster von der Motorisierung als Grundlage des sozialen und wirtschaftlichen Fortschritts erneut hervorzukehren. Daher fuhr Zahn in seinen Ausführungen mit der Behauptung fort, die Automobilindustrie sei ein Schlüsselement zur

⁵⁴⁸ Ansprache des Vorsitzenden des Aufsichtsrates in der Hauptversammlung der Bayerischen Motorenwerke AG am 25. August 1967, S.5ff. Das Manuskript der Rede befindet sich im BMW Konzernarchiv unter der Signatur UA 847. Zu einer ganz ähnlichen Einschätzung kommt Joachim Zahn, Vorstandssprecher der Daimler-Benz AG, in seiner Ansprache vor der Presse anlässlich der IAA 1967. Mit Blick auf den Rückgang der Nachfrage führt er aus: *„Ich habe in jüngster Zeit diese Entwicklung bei verschiedenen Gelegenheiten analysiert und kann mich hier darauf beschränken, das Ergebnis in wenigen Sätzen zusammenzufassen. In der Beurteilung bin ich mit denen einer Meinung, die in diesem Vorgang nicht etwa eine Krise, sondern eine Zäsur nach der Deckung des stärksten Nachholbedarfs und eine Normalisierung auf hohem Niveau sehen, die früher oder später sichtbar werden musste. Sie bedeutet keineswegs etwa das Ende des weiteren Wachstums dieser Branche.“* Siehe: Ausführungen von Joachim Zahn, Sprecher des Vorstandes der Daimler-Benz AG, bei der Internationalen Automobil-Ausstellung in Frankfurt, S.3. Das Redemanuskript befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Werksangehörige / Reden, Zahn II.

⁵⁴⁹ Joachim Zahn in der Hauptversammlung am 8. August 1967, S.3. Die Rede ist abgedruckt in: Reden und Berichte, Männer der Wirtschaft. Eine Kopie der Rede Zahns aus diesem Heft befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Werksangehörige / Reden, Zahn II.

Überwindung der Konjunkturkrise und insbesondere Daimler-Benz habe durch die eigene Investitionstätigkeit zur „*Stabilisierung des konjunkturellen Klimas*“ beigetragen und werde dies auch weiterhin tun. „*Voraussetzung dafür ist, dass im weiteren Verlauf des Jahres keine erneuten Belastungen aus dem öffentlichen Bereich eintreten. Besonders zu warnen ist vor den schweren Nachteilen – auch für die allgemeine Konjunktur – die sich aus etwaigen gegen die Automobilwirtschaft und vor allem gegen den Autofahrer gerichteten Maßnahmen ergeben, auf welchem Gebiet es auch sei.*“ Während Zahn hier in erster Linie ein Ende restriktiver verkehrspolitischer Maßnahmen forderte, gingen Andere sogar noch einen Schritt weiter und verlangten von Seiten der Politik eine fiskalpolitische Intervention zur Steigerung der Absatzzahlen. So regte beispielsweise VW-Chef Nordhoff in einer von der Presse vielbeachteten PR-Kampagne an, bei Neuanschaffungen die Kfz-Steuer für das erste Jahr zu erlassen.⁵⁵⁰

Dass die Autolobby auf politischen Flankenschutz drängte und dabei zumeist mit ihrer gesamtgesellschaftlichen Bedeutung argumentierte, entsprach den bekannten und oftmals erprobten Argumentationsmustern. Einigermmaßen neu hingegen war die Reaktion der Bundesregierung auf die Vorschläge der Autoindustrie. In ungewohnt scharfer Form wies der neue Finanzminister Franz-Josef Strauß die Forderung Nordhoffs nach Steuergeschenken für die Industrie zurück und warf den Autoherstellern vor, die krisenhafte Situation selbst verschuldet zu haben: „*Man kann nicht einen Boom exzessiv ausnützen und Kapazitäten erhöhen und sich dann bei rückläufigen Geschäften beschweren, dass man auf überbesetzten Kapazitäten sitzen bleibt*“, so Strauß.⁵⁵¹ Gerade in Wolfsburg habe man es zudem seit Jahren versäumt, ein Nachfolgemodell für den Käfer zu konstruieren, und dürfe sich nun nicht wundern, wenn die Käufer ausblieben. „*Wenn Geschmack und Aussehen eines Autotyps nicht mehr als ausreichend empfunden werden, dann hilft auch der Name nicht*“, wetterte Strauß ausgerechnet in einer Rede vor bayerischen Kleinschneidern gegen den Volkswagen. Man habe in den Boomjahren nicht „*die besten Köpfe der Welt nach Wolfsburg geholt*“, um mit ihrer Hilfe einen Wagen zu bauen, „*der in Leistung, Komfort und Sicherheit an der Spitze aller Marken der Welt stehen könnte.*“⁵⁵² In Wolfsburg gab man sich ob dieser Vorwürfe konsterniert, reagierte aber prompt und führte der Presse mit großem Getöse 36 Prototypen vor, die in den vergangenen Jahren als mögliche Käfernachfolgemodelle konstruiert worden

⁵⁵⁰ Siehe: Absatzkrise nur bei Hausmarken, in: Der Spiegel, 1967, H.17, S.46-50. Zu den Forderungen der Automobilindustrie siehe auch: Rede des Präsidenten des VDA, Wolfgang Thomale, anlässlich der Eröffnung der IAA 1967, abgedruckt in: Vortragsreihe des deutschen Industrieinstituts, Jg.17, Nr.40, vom 3. Oktober 1967.

⁵⁵¹ Zitiert nach: Der Spiegel, 1967, H.17, S.50.

⁵⁵² Zitiert nach: Ebd., H.21, S.44.

waren, dann aber doch nicht in Serie gingen.⁵⁵³ Doch ungeachtet aller Öffentlichkeitsarbeit der Autoindustrie hielt die neue Regierung der großen Koalition an ihrem Kurs fest, der Kfz-Branche keine Sonderbehandlung zukommen zu lassen. Ganz im Gegenteil: Weder wurde die am 23. Dezember 1966 beschlossene Anhebung der Mineralölsteuer um drei Pfennig pro Liter zurückgenommen noch zeigte man sich bei der beschlossenen Senkung der Kilometerpauschale von 25 auf 18 Pfennig kompromissbereit. Vergleicht man diese unnachgiebige Haltung mit der motorisierungsfreundlichen Politik der Zeit zwischen 1955 und 1966, dann wird deutlich, dass sich hier ein gewisser Klimawandel in der allgemeinen Haltung gegenüber dem Automobil abzuzeichnen begann.⁵⁵⁴

⁵⁵³ Ebd., S.42-46.

⁵⁵⁴ Zur neuen Verkehrspolitik ab Ende der 60er-Jahre siehe: Klenke: Stau, S.77-94, Zitat auf S.63.

4.2. Die argumentative Einheit von Motorisierungsdynamik und sozialem Fortschritt zerbricht

Die kurze Absatzkrise der Automobilindustrie wirkte dabei wie ein Katalysator für ein allgemeines Unbehagen über die so rasant gewachsene gesellschaftspolitische Funktion des Automobils. Wie groß die Besorgnis über die Entwicklung auf den Automobilmärkten war, belegt die intensive Berichterstattung in den Medien. In die sonst eher nüchtern gehaltenen Wirtschaftsberichte der Tageszeitungen mischten sich immer häufiger aufgeregte Stimmen, welche die Produktionseinbrüche als Indiz einer grundlegenden Strukturkrise der Branche sahen.⁵⁵⁵ Bereits seit Anfang der 60er-Jahre war vor einer drohenden Sättigung des Pkw-Marktes gewarnt worden: „*Aber kommt die Überflussskrise nicht auch auf uns mit beängstigender Schnelligkeit zu?*“, fragte bereits 1961 der SPD-Bundestagsabgeordnete Fritz Baade in einem Beitrag für die „*Bremer Nachrichten*“.⁵⁵⁶ In absehbarer Zeit werde auf dem Automobilmarkt ein „*Sättigungspunkt*“ erreicht sein, so Baade, der zuvor Leiter des Instituts für Weltwirtschaft in Kiel gewesen war. Dann könne der Fall eintreten, so die Prognose, dass ein Überfluss an Fahrzeugen produziert werde, was einen Preisverfall und eine allgemeine Wirtschaftskrise nach sich ziehen würde.⁵⁵⁷ Mit der Absatzkrise schien sich die befürchtete Marktsättigung und mit ihr ein jähes Ende des raschen Wachstums der Automobilbranche abzuzeichnen. Deutlich erkennbar artikulierte sich in den öffentlichen Debatten über die Krise der Autoindustrie daher auch die Sorge, dass die Probleme diese Branche zu einer noch weitergehenden Erschütterung der Gesamtkonjunktur führen könnten. „*Kein Wunder, dass die Frage auftaucht, ob der Autoboom zu Ende ist, an dem ja neben der Automobilindustrie weiteste Wirtschaftskreise partizipieren.*“⁵⁵⁸

Bereits in der Vergangenheit war der gewaltige Kapazitätsausbau der deutschen Werke wiederholt Gegenstand öffentlicher Debatten gewesen. Man könne das Wachstum nicht ins

⁵⁵⁵ Ausführliche Beiträge sind zum Beispiel: Die Autokonjunktur flaut ab, in: *Industriekurier* vom 24. September 1966. Schon deutlich besorgter ist der Beitrag: Schleudernde Autokonjunktur, in: *Der Volkswirt* vom 6. Januar 1967; während beispielsweise „Die Welt“ in ihrer Ausgabe vom 26. Januar 1967 titelt „Auto in der Krise“. Regelrecht alarmistisch ist: Hobby, 1967, H.13, S.16, mit dem Titel „Macht VW pleite?“ „Die Zeit“ beschäftigte sich in einem Beitrag vom 14. Oktober 1966 bereits mit den möglichen Folgen der Krise für die Konsumenten und titelte „Kesseltreiben auf Autofahrer. Des Bundesbürgers liebstes Kind wird künftig teurer“.

⁵⁵⁶ Untergang am Überfluss? Automobilhalden als Symptom einer Überproduktion, in: *Bremer Nachrichten* vom 8. April 1961.

⁵⁵⁷ Von den Illustrierten wurde die Furcht vor einer Marktsättigung popularisiert. Siehe zum Beispiel: Balanceakt in der Automobilindustrie, in: Hobby, 1962, H.1, S.107-111, wo es auf S.111 heißt: „*Die Automobilfabriken sollten weiterhin produzieren [...], aber tunlichst etwas vorsichtiger mit Investitionen und Produktionsausweitungen sein. [...] Also hoffen wir, dass die Produzenten die Balance nicht verlieren.*“

⁵⁵⁸ Geht der Autoboom zu Ende?, in: *Industriekurier* vom 20. Oktober 1960. Siehe zudem auch: Gert Pohle: Sättigung?, in: *Die Welt* vom 27. Oktober 1960.

Unermessliche steigern, so der Einwand gegen den Expansionskurs der Autoindustrie, sondern müsse eine maßvolle Balance zwischen den Profitinteressen und einem ökonomisch wie ökologisch nachhaltigen Handeln finden. Stattdessen aber habe die Autoindustrie, so wie andere Branchen auch, an die Konsumwünsche der Bevölkerung appelliert, um noch mehr Produkte absetzen zu können. In dieser Spirale aus grenzenlosem Wachstum und individueller Gier sei die Konjunktur nun „heißgelaufen“ und „überhitzt“, so die Kritiker der Expansionspolitik der Autohersteller.⁵⁵⁹ Die einstmals positive Absicht der Breitenmotorisierung verkehre sich nun, so die oftmals geäußerte Sorge, in ihr Gegenteil. Um nämlich die auf gigantische Ausmaße angewachsene Autoindustrie in Gang zu halten, sei es notwendig, dass der Markt in immer kürzeren Abständen immer mehr Automobile aufnehme. *„Eines Tages können wir es uns nicht mehr leisten, Autos satt zu haben, könnten geradezu gezwungen sein, schnell das Modell zu wechseln, nur damit Konjunktur und materielles Wohlergehen gesichert bleiben“*, schrieb die „Süddeutsche Zeitung“ in einem Titelbericht anlässlich der IAA 1967.⁵⁶⁰ In der Debatte um Wohlstandsgesellschaft, Massenkonsum und Absatzkrisen zeichnete sich also erstmals in aller Deutlichkeit der Gedanke ab, die Massenmotorisierung habe eine so große Zahl gravierender gesellschaftlicher Probleme nach sich gezogen, dass fraglich sei, ob die Gesamtbilanz dieser Entwicklung nach wie vor positiv beurteilt werden könne. Im Zuge der massenhaften Verbreitung des Kraftfahrzeugs war die Automobilindustrie zur Schlüsselbranche geworden, von der nicht nur zahlreiche Arbeitsplätze abhingen, sondern die durch hohe Löhne auch zu den Schrittmachern des steigenden Wohlstandes gehört hatte. Aber in der Dynamik von steigenden Löhnen und wachsenden Absatzzahlen hatte sich eine Abhängigkeit von einer durch Massenkonsum hoch gehaltenen Nachfrage entwickelt, die nun durch die Krise schlagartig verdeutlicht wurde.

⁵⁵⁹ Anfang 1966 brachte „Der Spiegel“ eine Titelgeschichte unter der Überschrift „Wohlstand über alles in der Welt“ und prangerte darin die Maßlosigkeit der Konsumgesellschaft an. Man habe sich zu einer „Wohlstandsgemeinschaft“ entwickelt, *„für die der Konsum – im siebzehnten Jahr nach der Währungsreform – längst nicht mehr der Abwendung materieller Not dient. Zu konsumieren und immer mehr zu konsumieren ist vielmehr [...] zur Legitimation des Erfolgs, zum Dokument der Tüchtigkeit, zu einem Ausweis über den gesellschaftlichen Kurswert des Zeitgenossen geworden.“* Diese „individuelle Konsumverzettelung“ wirke „sozial desintegrierend“ und habe in der Endkonsequenz dazu geführt, dass verschiedene gesellschaftliche Gruppen in immer heftigeren Streit über die Verteilung des Wohlstandes geraten wären. Jeder wolle ein möglichst großes „Stück vom Kuchen“ für sich, was eine Lohn- und Preiserhöhungsspirale in Gang gesetzt habe, die letztendlich in eine Konjunkturkrise haben führen müssen. Siehe: Der Spiegel 1966, H.1/2, S.13-24, Zitat auf S.15. Laut einer Umfrage des Divo-Instituts aus dem Dezember 1960 war etwa ein Drittel der Bundesbürger der Auffassung, man befinde sich bereits in einer Phase der „überhitzten“ Konjunktur, wobei von diesem Drittel circa 25% die Ansicht vertraten, in der Hauptsache sei die Automobilindustrie von diesem Phänomen betroffen. Die komplette Umfrage zum Thema „Konjunkturüberhitzung“ ist abgedruckt in: Ereignisse und Probleme der Zeit im Urteil der Bevölkerung, hg. vom Divo-Institut für Wirtschaftsforschung, Sozialforschung und angewandte Mathematik, Bd.3/4, Frankfurt/M 1959/60, S.82-89.

⁵⁶⁰ Süddeutsche Zeitung vom 16. September 1967.

Plötzlich schien es, als hätten sich die Kräfte des Fortschritts umgekehrt und würden sich nun gegen die Gesellschaft wenden.⁵⁶¹

Noch deutlicher trat diese Ambivalenz der Massenmotorisierung in den Debatten um den Autoverkehr in den Städten hervor. Bereits vor der Konjunkturkrise waren die Verkehrsverhältnisse in den Ballungsräumen als problematisch empfunden und kontrovers diskutiert worden. Laut einer Umfrage des Emnid-Instituts aus dem Jahr 1963 gaben circa 75% der Befragten an, die städtischen Verkehrsverhältnisse seien „schlecht“ oder gar „sehr schlecht“.⁵⁶² Zur selben Zeit erschien im Magazin „Der Spiegel“ ein großes Interview mit Ernst May, einem der einflussreichsten deutschen Stadtplaner, unter dem Titel „Unsere Städte sind krank“.⁵⁶³ Darin kritisierte der ehemalige Chefplaner der Baugesellschaft „Neue Heimat“ die ungebremste Ausbreitung des motorisierten Individualverkehrs als die Hauptursache für die gegenwärtigen Probleme der Stadt. Wohlstand, Bequemlichkeit und der Anspruch des Einzelnen, jederzeit und überall mit dem eigenen Auto zu fahren, hätten eine vernunftorientierte Stadtplanung bisher verhindert und stattdessen chaotische Zustände auf den Straßen provoziert, so May. *„Sie müssen immer den Grundsatz berücksichtigen: Jedes Volk, jede Stadt erhält den Städtebau, den sie verdient. Es ist etwas hart ausgedrückt, aber jede Stadt ist der Spiegel der Mentalität der Bevölkerung. Und wenn eine Bevölkerung kein geistiges Interesse mehr hat, sondern nur noch ans Geldmachen denkt oder die Dinge treiben lässt, dann entsteht das, was wir heute haben.“*⁵⁶⁴ Neben Parkraumnot und überfüllten Straßen, auf denen man teilweise nur noch im Schrittempo vorankam, wurde vor allem die Lärm- und Abgasbelastung zunehmend als Problem empfunden.⁵⁶⁵ In den 50er-Jahren hatte man noch die „autogerechte Stadt“ gefordert und versucht, der steigenden Verkehrsdichte mit dem Bau großer Straßen und Stadtautobahnen zu begegnen.⁵⁶⁶ Nun sprach man angesichts der

⁵⁶¹ Zum Wandel der gesellschaftlichen Wahrnehmung von Politik, Konsum und Fortschritt im Verlauf der 60er-Jahre siehe **Schildt, Axel, Detlef Siegfried und Karl C. Lammers (Hrsg.):** Dynamische Zeiten. Die 60er-Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften, Hamburg 2000.

⁵⁶² Die Ergebnisse der Umfrage sind abgedruckt in: Emnid Informationen. Monatlicher Dienst, hg. vom Emnid Institut, Bd.49, Bielefeld 1964, S.3.

⁵⁶³ Interview mit Ernst May, in: Der Spiegel, 1963, H.52, S.92-99.

⁵⁶⁴ Ebd., S.93.

⁵⁶⁵ Siehe zum Beispiel die sehr eindrucksvolle Schilderung einer Fahrt auf der B27: Erich Kuby: Portrait einer deutschen Straße, in: Der Spiegel, 1965, H.15, S.47-53. Dass die ökologischen Kosten der Motorisierung von der Bevölkerung zunehmend registriert wurden, zeigen verschiedene Umfragen. So gaben beispielsweise 1972 60% der Befragten an, Angst davor zu haben, *„dass die Autoabgase die Luft bald in gefährlichem Ausmaß verschmutzen“*. Siehe **Institut für Demoskopie Allensbach:** Jahrbuch der Öffentlichen Meinung, hg. von Elisabeth Noelle und Erich P. Neumann, Bd.5, Bonn 1974, S.350. Die wachsende Bedeutung der städtischen Verkehrsprobleme in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit schlug sich auch in der Zunahme der Berichterstattung in den Illustrierten nieder. So zum Beispiel: Hilfe – rettet unsere Städte! in: Hobby, 1966, H.9, S.52-61; oder: Gift von Rom bis Frankfurt, in: Der Stern, Ausgabe vom 30. August 1970, S.135f.

⁵⁶⁶ In Hannover beispielsweise hatte Stadtbaurat Rudolf Hillebrecht bereits frühzeitig erkannt, vor welche Probleme der wachsende Berufsverkehr die Städte stellen würde, und dafür gesorgt, dass die im Krieg zu großen Teilen zerstörte Stadt nach den Gesichtspunkten moderner Verkehrspolitik wieder aufgebaut wurde. Siehe die

Verkehrsprobleme von der „Unwirtlichkeit“ der Städte und beklagte die Ausbreitung des motorisierten Verkehrs.⁵⁶⁷ Die Stadt erschien zunehmend als der Inbegriff einer durch Konsum und Motorisierung fehlgeleiteten Moderne. Immer häufiger wurde der Vergleich mit amerikanischen Großstädten bemüht, die vielen als Paradebeispiel für den Verlust von Urbanität und Lebensqualität galten.⁵⁶⁸ „Zersiedlung“, „Verödung“ oder „Verpestung“, das waren die Schlagworte, mit denen in der zweiten Hälfte der 60er-Jahre die Situation der Städte umrissen wurde. *„Verstopfte Straßen und zerkratschtes Blech, massakrierte Städte und aggressives Gebaren aber werden nur Symptome eines Übels sein, das die Westdeutschen [...] schon jetzt bedrängt: die Verödung der sozialen Landschaft.“* So kommentierte „Der Spiegel“ die Situation in den Städten in einer Titelgeschichte zu den aktuellen Verkehrsproblemen.⁵⁶⁹ Durch die mehrspurigen Straßen werde *„die soziologische Einheit der Stadt abgetötet“*, so der Bericht, und es herrsche die *„Diktatur der Fahrmaschinen“*.⁵⁷⁰ Gerade in den engen Ballungsräumen der Innenstädte wurden die sozialen und ökologischen Kosten der Massenmotorisierung besonders deutlich spürbar. Und gerade in der Frage des städtischen Verkehrs zeichnete sich der Stimmungsumschwung deshalb auch mit besonderer

Titelgeschichte: Das Wunder von Hannover, in: Der Spiegel vom 3. Juni 1959, S.56-69. Sein Konzept, den Fernverkehr auf zwei großen Tangenten um das Zentrum herum zu führen und die Innenstadt mit einem Autobahnring einzufassen, galt Ende der 50er-Jahre als fortschrittliche Lösung der Probleme, die der wachsende Verkehr in den Städten verursachte. Auch in Berlin hatte man 1958 begonnen, durch den Bau von Stadtautobahnen den Verkehr im Ballungsraum flüssiger zu gestalten. Selbst Städte wie München, die ihren Stadtkern erhalten hatten und in denen sich der Wiederaufbau am historischen Grundriss orientiert hatte, mussten ganze Straßenzüge einreißen, um Platz für Entlastungsstraßen zu schaffen. In den späten 50er- und frühen 60er-Jahren wurde diese Entwicklung im Städtebau von der Mehrheit der Bevölkerung allerdings durchaus positiv beurteilt. Der Einzelne begegnete dem Auto nämlich nicht mehr nur passiv, als Fußgänger, sondern entwickelte mit der Massenmotorisierung ein aktives Verhältnis zum Kraftfahrzeug, als Fahrer und Besitzer. Er wollte nicht im Stau stehen oder Zeit mit der Parkplatzsuche vergeuden. So wünschten sich beispielsweise Anfang der 60er-Jahre über 80% der Hamburger Bürger die Schaffung neuer Parkmöglichkeiten und forderten den Ausbau von Umgehungsstraßen. Siehe **Hartenstein, Wolfgang und Klaus Liepelt:** Man auf der Straße. Eine verkehrssoziologische Untersuchung, Bonn 1961, S.129 und S.131.

⁵⁶⁷ So die Titel zweier einflussreicher Bücher, die paradigmatisch für die jeweiligen stadtplanerischen Trends der 50er- und 60er-Jahre stehen. **Reichow, Hans B.:** Die autogerechte Stadt. Ein Weg aus dem Verkehrschaos, Ravensburg 1959; und **Mitscherlich, Alexander:** Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden, Frankfurt/M 1965.

⁵⁶⁸ Siehe zum Beispiel die große Titelgeschichte zum Thema die Krise der Stadt: Länge mal Breite mal Geld, in: Der Spiegel, 1971, H.24, S.54-72. Die Stadt werde zunehmend zum Verkehrsraum, der nach den Bedürfnissen des Kraftverkehrs dimensioniert sei. Schnellstraßen würden gewachsene urbane Strukturen zerschneiden, alte Marktplätze würden als Parkraum dienen und große Kreuzungen seien für Fußgänger nur noch unterirdisch passierbar. *„Worin liegt die Tragödie unserer Städte im Zeitalter des Automobilverkehrs?“*, fragte die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ kritisch. *„Im Verlust der Gestalt, der größer ist, als er unter dem Bombenfeuer war. Es gibt in Deutschland keine Großstadt geschichtlichen Namens, die nicht durch das Heer der Autos, ein wahres Termitenheer, bis zu Unkenntlichkeit entstellt wird.“* Siehe: Frankfurter Allgemeine Zeitung, zitiert nach: Der Spiegel, 1970, H.27, S.47. Die „autogerechte Stadt“ biete kaum noch einen urbanen Raum zur Entfaltung öffentlichen Lebens und da, wo sie es dennoch täte, sei dieser für viele ohne Automobil gar nicht mehr erreichbar.

⁵⁶⁹ Ballungsräume. Glatt überrollt, in: Der Spiegel, 1970, H.27, S.46-60, Zitat auf S.49.

⁵⁷⁰ Ebd., S.48f.

Deutlichkeit ab. Die Konjunkturkrise markierte gewissermaßen den Umschlagpunkt, an dem die Kritik der städtischen Verkehrsverhältnisse zum politischen Programm wurde.⁵⁷¹

Das Automobil, bis in die 60er-Jahre hinein primär als Vehikel des Fortschritts betrachtet, erschien nun zumindest partiell als Inbegriff einer Zerstörung von bürgerlichem Lebensraum durch eine entfesselte Technik. Neu an dieser Haltung war vor allem die Forderung, von politischer Seite müssten die Bürger durch geeignete Maßnahmen vor den negativen Folgen der Motorisierung geschützt und der Autoverkehr eingedämmt werden. Ungewöhnlich deutlich forderte beispielsweise „Der Spiegel“ eine stärker an allgemeinen gesellschaftspolitischen Kriterien und Maßgaben ausgerichtete Verkehrsplanung: *„Und nur dann werden Städte menschenwürdig sein, wenn das Abstraktum Verkehr aus dem überkommenen Vorstellungsschema von Straße und Auto, Konsum und Profit herausgelöst und neu definiert wird. Wie Bildung kein freier Wert ist, sondern den moralischen Konsensus einer Gesellschaft herstellt; wie Wohnung keine Ware sein sollte, die dem nur scheinbar freien Spiel eines einseitig beherrschten Marktes überlassen bleibt, so darf der Verkehr nicht länger isoliert von den Bedürfnissen der Gesellschaft betrachtet werden, nicht länger nur Rubrum sein für technische Probleme oder wirtschaftliche Überlegungen.“*⁵⁷² Diese Forderung verkehrte die bis dahin vorherrschende Argumentation ins Gegenteil, nach der die Motorisierung mit dem Gemeinwohl gleichzusetzen sei und der Staat deshalb fördernd und ausbauend eingreifen solle. Der Münchener Oberbürgermeister Hans-Jochen Vogel war einer der ersten, vor allem aber wohl einer der prominentesten und lautstärksten Verfechter einer radikalen verkehrspolitischen Wende. Von ihm stammte auch die griffige Formulierung, wer eine Trompete kaufe, der wisse, dass er darauf nicht an jedem Ort und zu jeder Stunde spielen könne. Diese Einsicht habe sich beim Automobil leider noch nicht durchgesetzt, so Vogel. Aus der *„Wohltat“* Motorisierung sei mittlerweile eine *„Plage“* geworden, so Vogel weiter, und das Auto müsse daher *„in seine Schranken“* verwiesen werden. Er fragte öffentlich, *„ob nicht die Zuwachsraten der Produktion, des Profits, des Konsums für uns alle zu einer Art Götzen geworden ist, dem wir jedes Opfer bringen?“* Das Auto sei aber *„keine heilige Kuh, und die Wachstumsrate der Automobilindustrie ist es nicht wert, ihr die Zukunft unserer*

⁵⁷¹ Es gab auch kritische Stimmen, die vor einer Verteufelung des Autos warnten. Die Probleme der Städte seien auf zahlreiche Fehler und Versäumnisse der letzten Jahrzehnte zurückzuführen, und anstatt sich mit diesen politischen Fehlern zu beschäftigen, missbrauche man das Auto als Sündenbock. Siehe zum Beispiel: Gerold Lignau: Das Kamel der Nation, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 11. Juli 1973: *„Das Auto ist aber nicht nur unentbehrlich; es ist eben auch allgegenwärtig. Das macht es zum Politikum: Es steht stellvertretend für viele Zivilisationssünden, und es ist – da es leicht zu greifen, zu registrieren und zu reglementieren ist – wie geschaffen zum Sündenbock eines Gemeinwesens, das mit seinem neu entdeckten schlechten Gewissen erst langsam fertig zu werden lernt.“*

⁵⁷² Der Spiegel, 1970, H.27, S.54.

*Städte zu opfern.*⁵⁷³ Sebastian Haffner ging in seiner Kolumne in der Zeitschrift „Der Stern“ sogar so weit zu behaupten, das Auto sei „überholt“. *„Um der tödlichen Straßenüberfüllung abzuhelpfen, gibt es zwei Wege, nicht nur einen. Wenn man nicht mehr Straßen bauen kann, muss man eben dafür sorgen, dass weniger Autos gebaut werden. [...] Denn die Motorisierung ist schon jetzt zu weit gegangen; verkehrspolitisch ist das Auto überholt.“*⁵⁷⁴ Anders als noch in der ersten Hälfte der 60er-Jahre mochte man es nun allerdings nicht bloß bei einer Kritik der bestehenden Verhältnisse bewenden lassen. Die Tatsache, dass rund ein Drittel der Deutschen angab, bei der kommenden Bundestagswahl die Einstellung des Kandidaten oder der Partei zu städtischen Verkehrsproblemen bei ihrer Entscheidung berücksichtigen zu wollen, zeigt, dass ein großer Teil der Bevölkerung einen politischen Handlungsbedarf sah.⁵⁷⁵ Es waren die Städte und Kommunen, die als Erste reagierten. Allorts begann man nun damit, Fußgängerzonen in den Innenstädten einzurichten und den Autoverkehr vom Zentrum fern zu halten.⁵⁷⁶ Es galt nicht mehr als modern und zukunftsweisend, den Kraftverkehr zu fördern, sondern der Bau von Utergrundbahnen wurde nun forciert und in einigen Städten entbrannte eine lebhaft geführte Debatte um den sogenannten „Nulltarif“, also die kostenlose Beförderung im öffentlichen Nahverkehr.⁵⁷⁷

⁵⁷³ Hans-Jochen Vogel: Das Auto mordet unsere Städte, in: Der Stern vom 2. Mai 1971, S.15-17, Zitat auf S.17. Ganz ähnlich äußerte sich auch Vogels Parteikollege, der Bundestagsabgeordnete Philipp Seibert, in einer Pressemitteilung, in der er ein Ende der „Vorherrschaft der Automobilindustrie und des Individualverkehrs“ forderte. Die bisherige Bevorzugung des Autos habe zu einer „Zerbetonierung des Landes“ geführt und habe „zig-Milliarden“ an Kosten für den Straßenbau verursacht. Die Politik müsse tätig werden, so Seibert. „Im Rahmen der Etatplanung und eines neuen Eventualhaushaltes 1972 müssen deshalb klare Weichen gestellt werden. Endlich sind weite Kreise der deutschen Bevölkerung bereit, anzuerkennen, dass die kostspielige Priorität des Individualverkehrs aufzuhören und rationalen, weit billigeren Formen des öffentlichen Verkehrs zu weichen hat.“ Die Automobilindustrie müsse „von einer das ganze Land beherrschenden Schlüsselstellung zurückfinden in einen unter vielen nützlichen Wirtschaftszweigen. Um diese Akzentverschiebung kommt die deutsche Politik ungestraft nicht länger herum.“ Siehe: SPD-Pressedienst, W/XXVI/99, 15. Dezember 1971, S.5f. Allerdings gab es auch Stimmen, die anderer Meinung waren. So schrieb der Bild-Chefredakteur Peter Boenisch in einem Beitrag der „Bild am Sonntag“ vom 18. März 1973 in Anspielung auf Hans-Jochen Vogel: „Autofahrer, wehrt euch gegen diese Vögel...“ Dem Sozialdemokraten unterstellte er, dieser wolle aus „gleichmacherischen“ Motiven heraus „das Auto am liebsten abschaffen und den arbeitenden Menschen zur kollektiven Busfahrt“ verurteilen. „Und während wir uns in überfüllten, oft verdreckten städtischen Nahverkehrsmitteln anhalten, sinken sie [die Politiker] ermattet von dem stolzen Gefühl, so viel für unsere Gesundheit getan zu haben, in die Polster der von uns bezahlten Dienstwagen. Marxistischen Träumen entgegenrollend, erreichen sie so als erstes die sozialistische Wirklichkeit: die Straße wird frei für die Autos der Minister.“ Die Frontlinien in dieser Diskussion verliefen allerdings nicht immer entlang der Parteigrenzen oder folgten gar einer klaren Rollenverteilung von konservativen Autobefürwortern und linken Autokritikern. So erschien zum Beispiel in der Zeitung „Welt der Arbeit“ ein Beitrag, der die Verteuerung des Autofahrens aus ökologischen Motiven als „ungerecht und unsozial“ kritisierte. „Für den arbeitenden Menschen ist das Auto heute sicher weniger denn je ein Statussymbol, wohl aber ein Sinnbild seiner persönlichen Chancen und seiner Bewegungsfreiheit in dieser Gesellschaft.“ Siehe: Die Falschen müssen zahlen, in: Welt der Arbeit vom 6. Juli 1973.

⁵⁷⁴ Sebastian Haffner: Das Auto ist überholt, in: Der Stern vom 10. Oktober 1971, S.246.

⁵⁷⁵ Siehe: Ennid Informationen. Monatlicher Dienst, hg. vom Ennid Institut, Bd.49, Bielefeld 1964, S.3.

⁵⁷⁶ Bis 1972 hatten 40 deutsche Städte eine Fußgängerzone eingerichtet. Siehe: Mehr Platz für Fußgänger, in: Der Stern vom 5. November 1972, S.28-31.

⁵⁷⁷ Zusammenfassend: Überall Geschubse und gereiztes Klima, in: Der Spiegel, 1973, H.19, S.54-81. Die Frage nach der Modernität des motorisierten Individualverkehrs wurde auch in zahlreichen Artikeln und Beiträgen

Die Auseinandersetzungen um Raumplanung und Stadtverkehr offenbaren einen Wandel in der öffentlichen Wahrnehmung des Automobils. In der zweiten Hälfte der 60er-Jahre erschien die Motorisierung nicht mehr als die Lösung für soziale und ökonomische Probleme, sondern sie wurde selbst zum Problem und die Lösungen wurden nun jenseits des Automobils gesucht. Hier findet sich nichts mehr von der so lange beschworenen doppelten Fortschrittsdynamik, nach der ein Voranschreiten der Motorisierung einhergehen sollte mit einem allgemeinen gesellschaftlichen Fortschritt. In der Krise von 1966/67 war die bis dahin so erfolgreich propagierte Einheit Auto und Nation endgültig problematisch geworden.⁵⁷⁸ Der Einschnitt, den die Konjunkturkrise darstellte, war so markant, dass Ernst Fiala, Leiter des Instituts für Kraftfahrzeuge der Technischen Universität Berlin, die Zeit nach 1967 als die „zweite Halbzeit der Motorisierung“ bezeichnete.⁵⁷⁹ Nun hatte das Automobil als Symbol für wirtschaftliche und soziale Dynamik durch Motorisierung ausgedient. *„Als Symbol ständiger Wohlstandssteigerung und immer neuer Produktionsrekorde, als Motor des Wirtschaftswunders, taugt die Branche nicht mehr“*, schrieb „Die Zeit“ in einem Beitrag zur Automobilindustrie. *„Von 1945 und bis 1965 produzierte die Branche mit immer höherer Drehzahl. 1966 begann die erste Krise, 1968 ging es noch einmal aufwärts, seit 1969 stagniert die Produktion. [...] Das Wohlergehen des größten geschlossenen Industrieblocks gilt nicht mehr als Garantie des allgemeinen Wohlstandes. Auto und Autofahrer werden nicht mehr im gewohnten Ausmaß mit Steuermilliarden gefördert. Das Rad beginnt, sich in entgegengesetzter Richtung zu drehen.“*⁵⁸⁰

Statt immer neue Produktionsrekorde zu feiern, berichtete die Presse nun argwöhnisch über die steigenden Kosten der Automobilproduktion. Durch gestiegene Materialpreise und eine abflachende Investitionsrentabilitätskurve erhöhte sich der Kostendruck auf die Hersteller erheblich. Der Löwenanteil der Ausgabensteigerung entfiel aber auf gestiegene Löhne und Gehälter. Allein zwischen 1968 und 1972 stiegen die Materialkosten um 16% und die

thematisiert, die sich mit neuartigen Verkehrssystemen beschäftigten. Zwitterfahrzeuge, Elektromobile und spezielle Schiene-Straße-Systeme wurden als mögliche Lösungsvorschläge diskutiert und markierten eine gedankliche Ablösung vom Leitbild des Automobils. Siehe beispielsweise: Phantastische Verkehrsprojekte aus den USA, in: Hobby, 1965, H.1, S.17-23; oder: Elektroauto. Der ideale Stadtwagen, in: Hobby, 1966, H.25, S.48-54. Siehe dazu auch: Ordnung im Orkus, in: Der Spiegel, 1965, H.17, S.124-129; oder: Haufenweise Ideen, in: Der Spiegel, 1971, H.36, S.47-50, dort heißt es auf S.47 lakonisch: *„Mit dem Automobil lässt sich der Massennahverkehr der Zukunft nicht mehr bewältigen. Ingenieure entwerfen bereits neue Lösungen: Schwebelifte, Passagier-Förderbänder, Fahrgastcontainer.“*

⁵⁷⁸ Paradigmatisch für die negative Berichterstattung in der Presse ist: Wann stirbt das Auto? in: Der Stern vom 28. Mai 1972. Eine pointierte zeitgenössische Kritik am Automobil formuliert **Dollinger, Hans**: Die totale Autogesellschaft, München 1972. Ähnlich kritisch, allerdings aus der Perspektive der 90er-Jahre, sind **Till, Bastian und Harald Theml**: Unsere wahnsinnige Liebe zum Automobil, Weinheim und Basel 1990.

⁵⁷⁹ Ernst Fiala: Die zweite Halbzeit der Motorisierung, in: Industriekurier vom 14. September 1967.

⁵⁸⁰ Flotte Fahrt in die Sackgasse, in: Die Zeit vom 14. September 1973. Ähnlich: Süddeutsche Zeitung vom 15. September 1973: *„Das Auto als Symbol von Dynamik und Wohlstand, diese Periode nähert sich ihrem Ende, auch wenn sich die Prognostiker noch nicht ganz einig sind.“*

Lohnkosten um 59%, während die Produktivität im selben Zeitraum nur um 22% zunahm.⁵⁸¹ In der Presse sorgte man sich angesichts derartiger Zahlen um schrumpfende Gewinne der Automobilhersteller und fürchtete um die Konkurrenzfähigkeit auf den internationalen Märkten.⁵⁸² Schwerer aber wog das Unbehagen angesichts der regelmäßigen Preiserhöhungen auf dem deutschen Automobilmarkt. Während die Automobilhersteller in der Vergangenheit stetig steigende Löhne gezahlt hatten und gleichzeitig den Preisindex absenken konnten, wurden die Lohnforderungen der Gewerkschaften nun sofort mit Preiserhöhungen im Inland beantwortet. Es war vor allem diese Lohn-Preis-Spirale, die den Zeitgenossen signalisierte, dass die Verteilungsspielräume enger wurden und die Automobilindustrie eben kein Garant mehr für wirtschaftliches Wachstum und soziale Dynamik war. „Die Zeit“ brachte den Bruch der politischen Symbolik des Automobils am Beispiel des Volkswagens auf den Punkt: *„Das Volkswagenwerk ist eine nationale Institution. Es ist – beispielsweise für die Amerikaner – das deutsche Erfolgsunternehmen par excellence und darüber hinaus neben Heidelberg und Sauerkraut essentieller Bestandteil eines bestechend einfachen, positiven Deutschlandbildes. Dem Käfer bekam diese skurrile Zuneigung über die Maßen; er geriet in Übersee zum Sinnbild germanischer Tüchtigkeit. [...] Der Käfer hatte den Deutschen auf die Räder geholfen; sie vergalt es ihm durch eine deutsche Tugend, die Treue. Schon dieser Aspekt der nationalen Rolle Wolfsburgs hat, von politisch-moralischen Kategorien ganz abgesehen, Probleme: Seine emotionale Wirkung droht umzuschlagen. Bisher war Wolfsburg eine sichere Größe, ein Garant für Beschäftigung, Wachstum und Ertrag. Nun aber, da die Welt um das Auto eine andere geworden ist, zeigt der VW-Konzern Blessuren vor. Und das wird ihm so wenig verziehen wie der deutschen Fußballnationalmannschaft Niederlagen.“*⁵⁸³

⁵⁸¹ Siehe exemplarisch die Kostenentwicklung bei Daimler-Benz, dargestellt vom Vorstandsvorsitzenden Joachim Zahn in seine Ansprache vor der Hauptversammlung am 10. August 1970, S.4f. Die Rede ist abgedruckt in: Reden und Berichte, Männer der Wirtschaft. Eine Kopie der Rede Zahns aus diesem Heft befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Werksangehörige / Reden, Zahn II.

⁵⁸² Zusammenfassend ist: Wenn die Bänder heiß laufen. Nach zwei Jahren Boom ist die Autoindustrie erschöpft, in: Die Zeit vom 11. Juni 1971. Rudolf Leiding, Generaldirektor des Volkswagenwerks, schrieb in einem Beitrag für den „Rheinischen Merkur“ von einer „Kostenexplosion“ die zur Folge habe, „dass Mehrbelastungen im Personal- und Materialbereich durch Produktivitätsfortschritte nicht mehr wettgemacht werden können. [...] Kein Zweifel: Die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Automobilindustrie ist von der Kostenseite her erheblich beeinträchtigt.“ Siehe: Rudolf Leiding: Konjunkturprobleme in der Automobilindustrie, in: Rheinischer Merkur vom 16. Juni 1972.

⁵⁸³ Zuviel Staat in Wolfsburg, in: Die Zeit vom 28. Juni 1974.

4.3. Exklusivität statt Zweckmäßigkeit – der Fall BMW als Beispiel für den Imagewandel des deutschen Automobils

Tatsächlich befand sich die Automobilindustrie in der zweiten Hälfte der 60er-Jahre in einem Strukturwandel, und die Krise von 1966/67 hatte ein Schlaglicht auf die Transformationsprozesse geworfen. Der Konkurrenzkampf auf dem Automobilmarkt nahm an Intensität zu, denn anders als noch in den 50er-Jahren verschob sich das Verhältnis von Angebot und Nachfrage langsam zugunsten der Käufer.⁵⁸⁴ Zudem hatte die weitgehende Rationalisierung der Produktion dazu geführt, dass die teuren Produktionsstraßen nur bei Fertigung großer Stückzahlen rentabel betrieben werden konnten. Mittelfristig führte dies zu einer Konsolidierung des Marktes, in deren Folge viele kleine Hersteller vom Markt verschwanden oder aufgekauft wurden.⁵⁸⁵ Zugleich wuchs der Kostendruck, was jedoch nicht nur zu einer Weitergabe der Lohnzuwächse an den Endverbraucher in Form von nun regelmäßig vorgenommenen Preiserhöhungen führte.⁵⁸⁶ Die deutsche Automobilindustrie orientierte sich auch immer stärker zu den ausländischen Absatzmärkten hin. Dort konnten sie ihre Produkte gegen Dollar verkaufen, was, bedingt durch Währungsunterschiede, faktisch eine höhere Marge bedeutete. Zugleich waren ausländischen Märkte wie die USA in der Regel aufgrund des höheren Einkommensniveaus aufnahmefähiger für große und hochwertige Wagen, bei denen im Verhältnis zum kostengünstigen und in Masse angebotenen Kleinwagen die Gewinnmargen ebenfalls höher lagen. Die Preiserhöhungen sowie die starke Exportorientierung hatten dazu geführt, dass die deutschen Hersteller in der Krise massiv Marktanteile an ausländische Marken verloren. Deren Anteil hatte bis zur Absatzkrise bei unter 10% gelegen und stieg 1966 auf 13,7% an. Zwei Jahre später betrug der Marktanteil ausländischer Hersteller in Deutschland bereits 21,2% und das Jahr 1972 schließlich sah einen

⁵⁸⁴ Für eine zeitgenössische Analyse der Veränderung des Marktes von einem Verkäufer- zu einem Käufermarkt siehe **Busch, Klaus W.:** Strukturwandlungen der westdeutschen Automobilindustrie. Ein Beitrag zur Erfassung und Deutung einer industriellen Entwicklungsphase im Übergang vom produktionsorientierten zum marktorientierten Wachstum, Berlin 1966.

⁵⁸⁵ Siehe **Raisch, Manfred:** Die Konzentration in der deutschen Automobilindustrie. Betriebswirtschaftliche Bestimmungsfaktoren und Auswirkungen, Berlin 1973. Dieser Strukturwandel wurde von den Zeitgenossen aufmerksam verfolgt und von der Presse laufend kommentiert. Die Insolvenz der Borgward-Werke im Jahr 1961 war der spektakulärste Fall einer ganzen Reihe von Werksschließungen und Firmenzusammenlegungen während der 60er-Jahre. Zu Borgward siehe **Eberwein, Wilhelm und Jochen Tholen:** Borgwards Fall. Arbeit im Wirtschaftswunder, Bremen 1987. Nach der anfänglichen Vielzahl von Automarken zu Beginn der Motorisierungsphase wurden 1964 90% der in Deutschland hergestellten Wagen von Volkswagen, Daimler-Benz, Opel oder Ford gefertigt. Eine zusammenfassende Kommentierung gibt: Schärferer Wind im Autogeschäft, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19. Oktober 1960. Eine faktengesättigte Titelgeschichte ist: Automobile. Zeit der Giganten, in: Der Spiegel, 1969, H.12, S.70-77.

⁵⁸⁶ Eine Übersicht über eine Reihe von Preiserhöhungen, die zwischen 1968 und 1972 erfolgten, findet sich in: Der Spiegel, 1972, H.5, S.24f.

Marktanteil von 26,5%. Zugleich stieg die Quote exportierter Autos an der Gesamtproduktion in Deutschland erstmals auf über 60%.⁵⁸⁷ Eine Veränderung der Nachfrage auf dem deutschen Markt hatte für die Hersteller also nur noch eine Auswirkung auf weniger als 40% des Umsatzes. Damit griffen nationaler Aufschwung und Automobilkonjunktur nicht mehr so eng ineinander wie noch in den ersten 20 Jahren Nachkriegsgeschichte. Diese Entwicklung mag in der öffentlichen Wahrnehmung den Eindruck noch verstärkt haben, dass sich die doppelte Fortschrittsdynamik auflöste. Die deutsche Automobilindustrie schaute stärker auf den amerikanischen Markt und orientierte die Gestaltung der Wagen nicht mehr primär an den Bedürfnissen der heimischen Konsumenten.

Dieser Strukturwandel hatte eine Veränderung der konstruktiven Beschaffenheit und des allgemeinen Erscheinungsbildes deutscher Wagen zur Folge. Der Aufsichtsratsvorsitzende der Bayerischen Motorenwerke, Hermann Karoli, brachte diese Entwicklung in einer Rede vor der Hauptversammlung 1966 auf den Punkt: *„Der Absatzerfolg einer Automobilfabrik war in der ersten großen Motorisierungsphase, die jetzt hinter uns liegt, vor allem davon abhängig, dass ein technisch einwandfreies Automobil zu einem möglichst niedrigen Preis angeboten werden konnte. Das allein genügt heute nicht mehr. Der Käufer will heute nicht nur viel Auto für's Geld, sondern er will vor allem das richtige Auto haben.“* Das „richtige Auto“ müsse so beschaffen sein, so Karoli weiter, *„dass sowohl die Motorleistung als auch die Fahreigenschaften sowie die Sicherheit und die äußere Erscheinung dem Käufer ein Maximum an Freude am Fahren und am Besitz vermitteln.“*⁵⁸⁸ Die in Deutschland produzierten Autos wurden also größer und komfortabler. Dies war zum Teil auch der veränderten Nachfrage auf dem deutschen Markt geschuldet. Ungeachtet des Lamentos der Presse über das Ende der doppelten Fortschrittsdynamik erfreuten sich Autos der Marken Audi, BMW, Mercedes oder Volkswagen nämlich nach wie vor großer Beliebtheit bei den deutschen Käufern. Und mit den Einkommen der Bundesbürger wuchsen auch deren Autos.⁵⁸⁹ Die in den 50er-Jahren populären Kleinstwagen und Rollermobil verschwanden fast

⁵⁸⁷ Siehe: Autokäufer denken nicht mehr national, in: Handelsblatt vom 1. Februar 1972.

⁵⁸⁸ Ansprache des Aufsichtsratsvorsitzenden Hermann Karoli auf der Hauptversammlung der Bayerischen Motorenwerke AG 1966, S.4. Das Manuskript befindet sich im BMW Konzernarchiv unter der Signatur UA 791. Interessant ist in diesem Zusammenhang auch die Einschätzung der größten amerikanischen Motorzeitschrift, der „Car and Driver“, die dem neuen BMW 2002 eben diese Eigenschaften hochwertiger Verarbeitung und sportlicher Motorleistung attestierte: *„Ein angenehmes Gefühl, alles von der Tür bis zum Aschenbecher öffnen zu können. Alles klickt, schnappt, schlägt, klinkt ein und schließt mit der gleichen Genauigkeit, die man nur bei einer Leica oder bei einem handgemachten Gewehr erwartet. [...] Wenn sie Taten sehen wollen, werden sie eine Höllenkatz unter der Haube finden.“* Zitiert nach: Der Spiegel, 1968, H.31, S.49.

⁵⁸⁹ Die veränderten Anforderungen der Käufer zeigt exemplarisch am Thema Fahrzeugssicherheit **Stieniczka, Norbert:** Vom fahrbaren Untersatz zur Chromkarosse mit „innerer Sicherheit“. Der Wandel der Nutzeranforderungen an das Automobil in den 50er- und 60er-Jahren, in: Rudolf Boch (Hrsg.): Geschichte und Zukunft der deutschen Automobilindustrie, Stuttgart 2001, S.177-200.

vollständig vom Markt. Dass es 1968 nur noch ein einziges deutsches Modell unter einem Liter Hubraum gab, lag also nicht ausschließlich an der Exportorientierung der deutschen Automobilindustrie, sondern spiegelt letztendlich auch die sich wandelnden Konsummuster der 60er-Jahre wider.

Beispielhaft für das Bemühen der deutschen Automobilindustrie um ein verändertes Image ist ein „Gutachten zur Frage der Weiterentwicklung des Typenprogramms“, das 1964 von der Bayerischen Motorenwerke AG bei dem Markt- und Werbepsychologen Bernt Spiegel in Auftrag gegeben wurde.⁵⁹⁰ Ziel der Untersuchung war, das *„augenblickliche BMW-Image“* festzustellen und die Auswirkung der geplanten Veränderung des Typenprogramms auf das Markenimage zu erörtern.⁵⁹¹ Die Bayerischen Motorenwerke wollten ihre Produktpalette an die geänderten Kundenwünsche anpassen und das Segment der oberen Mittelklasse stärker besetzen. BMW war in besonderem Maße vom Strukturwandel auf dem Automobilmarkt betroffen gewesen, denn mit dem Trend zu größeren Wagen stagnierte der Motorradabsatz ebenso wie die Verkaufszahlen für die berühmte Isetta. Beide bildeten lange Zeit das Rückgrat der Produktion. Als BMW Anfang der 60er-Jahre die Produktion größerer Wagen ausbauen wollte, schlitterte die Firma aufgrund von Finanzierungsproblemen in eine Krise, die sie an den Rand des Ruins brachte.⁵⁹² In der Folge verstand es die bayerische Autoschmiede aber geschickt, die eigenen Produkte in einer Nische zu platzieren, die mit dem Trend zu mehr Größe und Leistung immer lukrativer wurde: das sportliche, hochwertige Fahrzeug. Anhand einer ausgeklügelten Befragung von Kunden und Nicht-Kunden der Marke BMW konnte der mit der Umfrage beauftragte Marktforscher Spiegel das BMW Image entsprechend dieser Positionierung charakterisieren als *„sportlich, aber auch kultiviert, teuer, aber nicht protzig, ingeniös und fortschrittlich in der Konzeption, aufwändig in der Konstruktion, ungewöhnlich gediegen in der Ausführung.“*⁵⁹³ Erfreulich sei die Tatsache, so der Autor der Studie, dass sowohl die Dixi-Nachfolger als auch die Isetta-Typen *„völlig wirkungslos auf das heutige Image“* seien, *„obwohl ihre Existenz auf einer rationalen Ebene vielen Personen recht geläufig ist.“* Auch wenn BMW *„von sehr kleinen Autos (Dixi) ursprünglich seinen Ausgang nahm“*, so habe man das Image erfolgreich vom *„vulgären,*

⁵⁹⁰ Siehe: Gutachten zur Frage der Weiterentwicklung des Typenprogramms der Bayerischen Motoren-Werke AG vom 29. September 1964. Ein Exemplar des Gutachtens befindet sich im BMW Konzernarchiv unter der Signatur UA 1344.

⁵⁹¹ Ebd. S.3f, zur Zielsetzung der Untersuchung.

⁵⁹² **Seidl, Jürgen:** Die Bayerischen Motorenwerke 1945-1969. Staatlicher Rahmen und unternehmerisches Handeln, München 2002. Für eine Gesamtdarstellung der Firmengeschichte siehe **Mönnich, Horst:** BMW. Eine deutsche Geschichte, München 2004.

⁵⁹³ Gutachten, S.7-11, wie Anm. 590.

billigen Kleinwagen“ hin zum „exklusiven, großen“ Wagen wandeln können.⁵⁹⁴ Spiegel empfahl den Bayerischen Motorenwerken in seiner Studie ausdrücklich, Image und Typenprogramm in dieser Richtung weiter zu entwickeln. „Es muss für BMW das Ziel sein, den Ansiedlungsort des Images soweit wie möglich nach oben zu rücken“, so Spiegel, und sich im Sinne einer „besonderen Exklusivität ohne Protzigkeit“ von der Konkurrenz nach unten hin abzugrenzen.⁵⁹⁵ Mit Blick auf das Typenprogramm kam die Studie zu dem Ergebnis, dass die geplante Produktionseinstellung der 700er Modellreihe zu begrüßen sei, da die Kleinwagen mit weniger als einem Liter Hubraum „auf die Dauer dem Image eher abträglich“ wären. Wichtig hingegen sei der Mittelklassewagen, denn gerade hier könne BMW durch äußerst hochwertige Wagen das Bedürfnis der Kunden befriedigen, ein Auto zu fahren, das von der Motorleistung her mit den großen Limousinen der Konkurrenz vergleichbar sei. „Die Wagen dieser Klasse müssen – auch werksintern – gewissermaßen als verkleinerte, geschrumpfte, komprimierte Großwagen verstanden werden. [...] Insofern war die von der Werbung gebrauchte Formulierung ‚die neue Klasse‘ zweifelsohne besonders günstig.“⁵⁹⁶

Unter dem Verkaufsdirektor Paul Hahnemann vollzog BMW den im Gutachten skizzierten Imagewandel so konsequent wie kein anderer deutscher Hersteller. In Verbindung mit der griffigen und bis heute prägenden Formel „Freude am Fahren“ brachte die bayerische Motorschmiede im Verlauf der 60er-Jahre zahlreiche großmotorige Modelle heraus und konnte sich mit den auf Sportlichkeit getrimmten Wagen erfolgreich am Markt positionieren.⁵⁹⁷ Eine acht Jahre später durchgeführte zweite Erhebung durch Bernt Spiegel attestierte den Bayerischen Motorenwerken, sie hätten sich mit dem Image „noble Rasse“ etabliert.⁵⁹⁸ „Gediegene Eleganz, exklusiver Anspruch, sportlich und doch kultiviert“, das seien die Attribute, mit denen BMW nun assoziiert werde.⁵⁹⁹ BMW stellte einen Ausnahmefall im Hinblick auf die bewusste und planvolle Gestaltung des eigenen Firmenimages im Zuge des allgemeinen Strukturwandels dar. Doch auch wenn andere Hersteller nicht so zielstrebig das Bild der eigenen Firma auf Sportlichkeit und Komfort ausrichteten, so folgten sie doch alle dem Trend zu leistungsfähigeren und bequemerem

⁵⁹⁴ Zur historischen Entwicklung des Markenimages von BMW siehe: Ebd., S.11-15, sowie S.20.

⁵⁹⁵ Ebd., S.19ff.

⁵⁹⁶ Zu den Empfehlungen zur Gestaltung des Typenprogramms siehe: Ebd., S.24-38, Zitat auf S.34.

⁵⁹⁷ Zur Markenstrategie von BMW in den 60er-Jahren siehe ein Interview mit BMW-Verkaufsdirektor Paul G. Hahnemann: BMW ist eine Braut die täglich schöner wird, in: Der Spiegel, 1969, H.37, S.166-178.

⁵⁹⁸ Siehe: Marktpsychologisches Gutachten zur Entwicklung der Image Situation der Bayerischen Motorenwerke AG von 1964 bis 1972. Ein Exemplar des Gutachtens befindet sich im BMW Konzernarchiv unter der Signatur UA 590.

⁵⁹⁹ Zur Einschätzung des damals aktuellen Images siehe: Ebd., S.19-31.

Wagen.⁶⁰⁰ Im Herbst 1968 stellt Volkswagen mit dem VW 411 erstmals einen Wagen der Öffentlichkeit vor, der neben dem Käfer die Produktpalette der Wolfsburger nach oben hin ergänzen sollte. Auto Union ließ die Produktion von Zweitaktern auslaufen und brachte mit dem Audi 80 und dem Audi 100 leistungsstarke Wagen der oberen Mittelklasse auf den Markt. Opel versuchte, mit den sportlichen GT-Modellen beim Käufer zu punkten und Ford feierte mit dem legendären Capri Sportcoupé große Absatzerfolge.⁶⁰¹

In der Presse wurde dieser Trend zu immer größeren und sportlicheren Wagen kritisch kommentiert. Der Imagewandel zahlreicher deutscher Automobilmarken und auch der Trend der Käufer zu größeren Wagen sowie leistungsstärkeren Motoren wurden also durchaus registriert und als Abkehr von der „Linie der Vernunft“ und von konstruktiver Zweckmäßigkeit gewertet. *„Man kann es schon eine Wachablösung nennen, mit der sich in der deutschen Automobilindustrie eine neue Epoche ankündigt“*, schrieb „Die Zeit“. *„Mit Ausnahme des VW-Kolosses produziert nur noch NSU für die Kleinen, Audi und Teile von BMW für die Mittelklasse. Alle streben nach Höherem.“*⁶⁰² Und auch die „Frankfurter Rundschau“ stellte missbilligend fest: *„Seit einigen Jahren geht der Trend deutscher Firmen in Richtung auf immer teurere Wagen. Man macht sich wenig Gedanken um eine wirklich preisgünstige Fertigung verkehrsfreundlicher kleinerer Automobile.“*⁶⁰³ Gerade die einstige Stärke der deutschen Automobilhersteller, das sparsame und wirtschaftliche Auto, suche man nun vergeblich. Die Ein-Liter-Klasse, *„diese wirtschaftlich wichtige Hubraumklasse wurde von der deutschen Autoindustrie aufgegeben“*, bemängelte „Die Zeit“.⁶⁰⁴ Und die „Wirtschaftswoche“ konstatierte, die deutsche Automobilindustrie konzentriere *„ihr Angebot auf immer höhere Hubraumklassen“* und spekuliere *„auf die Bedeutung des Autos als Statussymbol. Der Erfolg auf dem Inlandsmarkt wie auch auf den Exportmärkten gibt ihnen*

⁶⁰⁰ Auch in der öffentlichen Präsentation der Fahrzeuge versuchten die Hersteller, stärker auf Sportlichkeit und Dynamik abzuheben. So zum Beispiel in der Werbung. Siehe dazu **Vaillant, Kristina:** Vom „Ervolkswagen“ zum Designer-Schmuckstück. Automobilwerbung in Publikumszeitschriften, Berlin 1995. Die zunehmend aggressive Werbung wurde allerdings auch als Problem empfunden. „Der Spiegel“ berichtete über eine vom TÜV-Rheinland im Auftrag des Deutschen Verkehrssicherheitsrates durchgeführte Studie, die den Einfluss aggressiver Werbung auf das Fahrverhalten untersucht hatte. Darin kam der TÜV zu dem Schluss, *„dass Auto-Produzenten mit Sportlichkeitswerbung selbst relativ sicherheitsbewusste Fahrer zu risikofreudigem, unfallträchtigem Fahren verleiten können.“* Siehe: Der Spiegel, 1973, H.37, S.86ff.

⁶⁰¹ So schrieb „Der Spiegel“ über den neuen Ford Capri, dass er *„nicht von Technikern, sondern von Marketing-Spezialisten ersonnen“* worden sei. *„Tatsächlich verbirgt sich unter dem rassigen Bleichkleid hausbackene Automobiltechnik: Der Motor entstammt einer seit Jahren vom Band laufenden Serie, das Fahrgestell ist nur mit Starrachse und Blattfedern ausgerüstet.“* Der Wagen sei kein Sportwagen, erwecke beim Käufer aber die Illusion, *„mit einem Sportgefahr über die Straße zu preschen.“* Siehe: Der Spiegel, 1970, H.31, S.65f. Zum Opel GT siehe den ausführlichen Testbericht in: Der Spiegel, 1970, H.11, S.60-70. Der im Herbst 1968 auf den Markt gekommene VW 411, der größte bis dahin produzierte Volkswagen, wurde ausführlich besprochen in: Der Spiegel, 1970, H.43, S.104-117.

⁶⁰² Streben nach Höherem, in: Die Zeit vom 25. Oktober 1968.

⁶⁰³ Frankfurter Rundschau vom 20. November 1971.

⁶⁰⁴ Die stille Unterwanderung, in: Die Zeit vom 19. Juli 1968.

recht.“⁶⁰⁵ Diese Entwicklung wurde als eine Form der Amerikanisierung dargestellt, die aus ökologischen und ökonomischen Gründen abzulehnen sei. Bereits vor der Konjunkturkrise von 1966/67 war in der Presse oftmals kritisiert worden, dass mit wachsendem Wohlstand viele negative Ausprägungen des „American Way of Life“ auch in Deutschland zu beobachten seien. Die Klage über Amerikanisierungstendenzen im Automobilbau bezog sich dabei nicht nur auf die Rationalisierung und Automatisierung der Produktionsmethoden, sondern zielte auch auf die Annäherung an die amerikanische Modellpolitik, die von vielen Herstellern vollzogen wurde.⁶⁰⁶

Mit dem Ende der doppelten Fortschrittsdynamik im Gefolge der Konjunkturkrise wuchs in der Presse ganz offenkundig auch die Bereitschaft zur Kritik an deutschen Herstellern. Die Kritik richtete sich dabei oftmals nicht gegen das Auto an sich, sondern in erster Linie gegen die deutschen Hersteller, denen man vorwarf, gerade durch ihr Abrücken vom Ideal der Zweckmäßigkeit keine zeitgemäßen Automobile anzubieten, mit denen man den Folgeproblemen der Massenmotorisierung wirkungsvoll begegnen könne. Dass diese Haltung keineswegs nur in den Schreibstuben autoskeptischer Zeitungsredakteure geteilt wurde, belegt die Vielzahl von Testberichten in der Motorpresse, die sich kritisch mit der Frage der Zweckmäßigkeit deutscher Wagen auseinandersetzten. Gerade die Befürworter des Automobils hoben immer wieder die Notwendigkeit hervor, eine technische Lösung für die Probleme der Motorisierung zu finden, und beharrten dabei auf dem Ideal der Zweckmäßigkeit. Gegen den Trend zur Amerikanisierung wurde vor allem in der Motorpresse zunehmend mit dem tradierten Ethos der Zweckmäßigkeit argumentiert. So begrüßten einige Kommentatoren der Internationalen Automobilausstellung des Jahres 1967, dass die Krise zu einem „vernünftigeren“ Umgang mit dem Automobil geführt habe. „*Gott Auto wird Diener Maschine*“, titelte die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“ in einem Vorabbericht. Weiter hieß es dort über die durch die Krise genährten Einsichten: „*Die erzwungene Vernunft – so scheint uns – war allen nützlich. Das wird beinahe symbolisch auf der Automobilausstellung dieses Jahres zum Ausdruck kommen.*“ Man hoffe, so der Autor, auf der diesjährigen Messe deshalb auch „weniger äußeren Flitter“ zu sehen und stattdessen einen größeren Schwerpunkt bei den

⁶⁰⁵ Wirtschaftswoche vom 26. Mai 1972. Siehe für einen zusammenfassenden Überblick in der zeitgenössischen Presse: Jeder Vierte ein Ausländer, in: Der Volkswirt vom 5. Juli 1968. Einen Überblick zur Entwicklung des Typenprogramms in der Automobilindustrie geben **Linz, Harald H. und Halwart Schrader**: Die große Automobil-Enzyklopädie, München 1985. Siehe zur Vorgeschichte zudem **Köhler, Volkmar**: Deutsche Personenwagen-Fabrikate zwischen 1886 und 1965, in: Tradition, 1966, Bd.11, S.142ff.

⁶⁰⁶ Eine detaillierte Studie über den Einfluss amerikanischer Wirtschaftskultur auf deutsche Unternehmen hat unlängst vorgelegt **Hilger, Susanne**: Amerikanisierung deutscher Unternehmen. Wettbewerbsstrategien und Unternehmenspolitik bei Henkel, Siemens und Daimler-Benz 1945/49-1975, Stuttgart 2004. Zur Adaptation amerikanischer Produktionsmethoden und dem Selbstverständnis der deutschen Wirtschaftseliten siehe **Kleinschmidt, Christian**: Der produktive Blick. Wahrnehmung amerikanischer und japanischer Management- und Produktionsmethoden durch deutsche Unternehmer 1950-1985, Berlin 2002.

Themen Sparsamkeit und Sicherheit beobachten zu können.⁶⁰⁷ Und in der „Süddeutschen Zeitung“ schrieb Franz Thoma einen Leitartikel, in dem er bekräftigte, dass die Absatzflaute einen schon seit langem notwendigen Einstellungswandel gegenüber dem Automobil forciert habe. *„Wir entwachsen allmählich den Kinderschuhen des Automobilisten. Das Auto ist nicht mehr das Neue – es wird langsam das Gewohnte. Allmählich sehen wir das Ding als das, was es ist, nämlich nicht als Fetisch des Wohlstandes, sondern als ein im Zeitalter der Technik notwendiges Transport- und Verkehrsmittel.“*⁶⁰⁸ Durch die erzwungene Kaufzurückhaltung sei das Gewicht emotionaler Gesichtspunkte in den Hintergrund getreten. Der Käufer habe sich wieder auf die eigentliche Funktion des Autos als Fahrmaschine besonnen und sei angesichts knapper finanzieller Mittel nicht mehr bereit, Geld für modische Spielereien und übertriebene Motorleistung auszugeben, so das optimistische Fazit. Ausdruck dieser neuen Haltung gegenüber dem Automobil war für die „Süddeutsche Zeitung“ der Ro80 von NSU, der eine revolutionäre aerodynamische Karosserie in Keilform sowie einen Kreiskolbenmotor aufwies. Der Ro80 sei *„der Prototyp des funktionalen Autos“*, hieß es in einem Sonderbericht. Er gebe den Blick frei *„in die Zukunft des Automobilbaus: Zweckmäßigkeit, Sicherheit, Komfort, Leistungsfähigkeit an Stelle von noch mehr Chrom, noch längeren Flossen, noch mehr Flitter.“*⁶⁰⁹

Während in Deutschland bislang gehobener Luxus im Stile amerikanischer „Straßenkreuzer“ produziert worden sei, komme aus dem Ausland eben jenes zweckmäßige Gebrauchsfahrzeug, nach dem der heimische Markt angesichts der Verkehrskrise eigentlich verlange. *„Im technischen Konzept, im Platzangebot und im Preis sind die jüngeren Italiener und Franzosen fast immer überlegen“*, so das Urteil in der Presse. *„Zudem, so etwas spricht sich ja herum, bieten italienische und französische Autos in der Regel ganz einfach mehr praktischen Nutzen. Französische Wagen sind sparsamer im Verbrauch. [...] Unsere Nachbarn haben sich früher und konsequenter auf die Erfordernisse des modernen Verkehrs eingestellt. Bei ihnen spielen hohle Blecharchitektur und Überlängen keine Rolle.“*⁶¹⁰ Im Folgenden soll exemplarisch ein Artikel des renommierten Motorjournalisten Fritz Busch aus der Illustrierten „Der Stern“ herangezogen werden, um zu verdeutlichen, dass gerade angesichts der wachsenden Motorisierungskritik die Zweckmäßigkeit als Bewertungsmaßstab für die Modernität eines Autos diene, und das dieses Attribut mehr und mehr dem

⁶⁰⁷ Gott Auto wird Diener Maschine, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 13. September 1967.

⁶⁰⁸ Franz Thoma: Die Prestige-Karosserie überlebt sich, in: Süddeutsche Zeitung vom 14. September 1967.

⁶⁰⁹ Süddeutsche Zeitung vom 15. September 1967. Zum Ro80 und vor allem zur Geschichte des Wankelmotors und dessen Wahrnehmung in der Öffentlichkeit siehe **Popplow, Marcus:** Motor ohne Lobby? Medienereignis Wankelmotor 1959-1989, Heidelberg und Basel 2003. Eine ausführliche Darstellung des Ro80 findet sich in einem Testbericht in: Der Spiegel, 1969, H.43, S.74-89.

⁶¹⁰ Ebd. Siehe zudem: Jeder vierte fährt fremd, in: Die Zeit vom 13. August 1971.

ausländischen Wagen zugeschrieben wurde. Im Hinblick auf die Verkehrsprobleme in den Ballungsräumen wurde ein sparsamer, kleiner Wagen für den Stadtverkehr gefordert. Unter dem Titel „Ein Zauberkästchen für die Stadt“ lieferte Busch eine äußerst wohlwollende Einschätzung des neuesten Renault-Modells, des R5.⁶¹¹ Der Wagen sei ein *„richtiger Stadtwagen“*, so Busch. *„Klein aber nicht primitiv. Primitive, schwachbrüstige Kleinstmobile haben der Stadtwagen-Idee immer nur geschadet, weil sie die Leute dazu bewogen haben, zum Stadtfahren die große Limousine zu nehmen.“* Auf diesem Gebiet hätten die Franzosen mit dem R5 daher *„Pionierarbeit“* geleistet, denn mit seiner optimalen Raumaufteilung, der anspruchslosen, aber funktionalen Konstruktion sowie einem kleinen und spritzigen Motor folge der Wagen dem Motto: *„Das Auto muss sich der Stadt anpassen, wenn es weiter in ihr Leben will.“*⁶¹² Der R5 beweise, so Busch, dass die innerstädtischen Verkehrsprobleme durch innovative Technik gelöst werden könnten. *„Er beweist darüber hinaus auch die Einfallslosigkeit der deutschen Autobauer“*, die mit ihrem *„sturen Teutonen-Strich“* bislang nicht in der Lage gewesen wären, so einfache und sinnvolle Karosserien zu zeichnen. Wo deutsche Hersteller immer häufiger versuchen würden, durch Chrom und Verzierung eine ästhetische Aufwertung ihrer Wagen zu erreichen, sei der R5 *„allein von der funktionalen Formgebung her schön.“*⁶¹³

Dieser Versuch, sowohl dem Trend zu immer größeren Autos als auch der wachsenden Motorisierungskritik mit einem Appell an die alten Tugenden der Zweckmäßigkeit und der Sparsamkeit zu begegnen, war jedoch nur mäßig erfolgreich. Er wurde vor allem von der Motorpresse getragen, die noch einmal an die Deutungsmuster einer spezifisch deutschen Fortschrittlichkeit anknüpfen wollte. Doch aus Sicht der Hersteller erschien das Image des einfachen und sparsamen Wagens obsolet. Das Ethos der Zweckmäßigkeit lag quer zu den Bemühungen der Autoindustrie, sich stärker über die Merkmale Motorleistung und hochwertige Verarbeitung zu profilieren. Auch wenn eine Firma wie Volkswagen weiterhin bestrebt war, den Käfer als solides und funktionales Fahrzeug zu bewerben, so bleibt doch festzuhalten, dass die Mehrzahl der Vertreter aus Industrie und Verbänden diese symbolische Zuschreibung in ihren öffentlichen Stellungnahmen nicht aufgriff. Zwar hatte man auch in der Autoindustrie festgestellt, dass die bislang behauptete doppelte Fortschrittsdynamik seit der

⁶¹¹ Fritz B. Busch: Ein Zauberkästchen für die Stadt, in: Der Stern vom 30. Januar 1972, S.69-74.

⁶¹² Ebd., S.69.

⁶¹³ Ebd., S.74. Testberichte dieser Art erschienen seit 1967 in großer Zahl. Ausländische Kleinwagen wurden als fortschrittlich und modern dargestellt und von den kritisierten Produkten deutscher Hersteller abgegrenzt. Siehe zum Beispiel: Hobby, 1969, H.17, S.80-87. In dem Artikel wurde gefragt, *„wer baut den deutschen Mini?“* Dann wurden verschiedene Kleinwagen aus England, Italien und Japan vorgestellt. Fazit: *„Wir meinen, dass es über alle kaufmännischen Erwägungen hinaus für ein mit dem Automobil derart verwurzeltes Land [wie Deutschland] eine Prestigefrage ist, ein in seinem Sinne vorbildliches und fortschrittliches Auto zu produzieren.“* Zitat auf S.86.

Konjunkturkrise umstritten war, doch man fand es nicht überzeugend und aussichtsreich, gesellschaftlichen Fortschritt und Motorisierungsdynamik durch die Propagierung einer besonderen Zweckmäßigkeit argumentativ miteinander zu verzahnen. Stattdessen versuchte die Industrie, die Debatte von den konstruktiven Aspekten weg, hin zu arbeitsmarkt- und konjunkturpolitischen Fragen zu verlagern. Wie bereits in den verkehrspolitischen Debatten der 50er-Jahre behaupteten die Automobilhersteller eine Schlüsselfunktion ihrer Branche für die Volkswirtschaft, um einen argumentativen Zusammenhang zwischen Motorisierung und Gemeinwohl zu bekräftigen.

Demgegenüber beharrten die Kritiker der Motorisierung auf der Ansicht, dass sich das Fortschrittspotential des Automobils erschöpft habe und eine Lösung der gegenwärtigen Probleme hauptsächlich in einem politisch forcierten Wechsel zu funktionaleren Verkehrsträgern liege. Damit wurde das Fortschrittskriterium der Zweckmäßigkeit zunehmend von den Motorisierungskritikern usurpiert und mit autoskeptischen Inhalten besetzt. Während Zweckmäßigkeit weiterhin als erstrebenswert galt, entfernte sich das Auto im Zuge der Motorisierungskritik immer stärker von allgemeinen Funktionalitätsansprüchen und rückte aus der Rolle eines Trägers für gesellschaftlichen Fortschritt heraus. Die Internationale Automobilausstellung des Jahres 1973 markierte einen vorläufigen Höhepunkt des Streits um das Automobil. Zwischen dem 13. und dem 23. September stießen in Frankfurt unter großer öffentlicher Aufmerksamkeit die Positionen von Autogegnern und Autobefürwortern unmittelbar aufeinander. In seinem Prospekt für die Ausstellung schrieb das Haus Daimler-Benz in etwas pathetischem Tonfall: *„Mitten hinein in die immer schärfer werdende öffentliche Diskussion um Sein oder Nichtsein des Automobils fällt die Eröffnung des bedeutendsten Autosalons dieses Jahres. 800.000 bis eine Million Menschen werden vom 13.-23. September in Frankfurt die IAA 1973 besuchen, um dort mit einem Gut konfrontiert zu werden, das heute wie nie zuvor im Widerstreit der öffentlichen Meinung steht.“*⁶¹⁴ Bundeswirtschaftsminister Hans Fridrichs wies in seiner Eröffnungsrede noch einmal eindringlich auf die Probleme und Kosten der Motorisierung hin.⁶¹⁵ *„Die Springflut der Motorisierung bewirkte: Verkehrsunfälle, verstopfte Straßen, Zerstörung von Landschafts- und Erholungsgebieten, Parkraumnot, Abgase, Herstellungsmängel, fehlerhafte Reparaturen, Verschrottungsprobleme, psychologische Motivationen, besonders Sozialprestige und*

⁶¹⁴ Warum das Auto Zukunft hat. Pressinformation von Mercedes-Benz auf der Internationalen Automobilausstellung 1973, S.1. Der Text ist Bestandteil einer Mappe mit Handreichungen und Informationen für die Presse, zusammengestellt von der Presse-Abteilung von Daimler-Benz. Ein Exemplar der Mappe befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Messen und Ausstellungen, Frankfurt 1973.

⁶¹⁵ Eröffnungsansprache des Bundeswirtschaftsministers Hans Fridrichs. Eine Abschrift der anlässlich der IAA 1973 gehaltenen Ansprachen befindet sich im Unternehmensarchiv der Volkswagen AG, Zugang 1, Nr.39.

wirksame Egoismen, und dies sind nur die wichtigsten Elemente, die die Unlust am Auto [...] weckten oder wecken werden.“ Die Politik dürfe nicht die Augen vor den Gefahren verschließen, „die im Gefolge des Automobils unsere Gegenwart und Zukunft bestimmen“, so Fridrichs weiter. Der Staat müsse Sorge dafür tragen, dass sich die Möglichkeiten des technologischen Fortschritts nicht gegen die Gesellschaft wenden würden. Unterstützung für diese Position bekam Fridrichs von Hessens Ministerpräsident Albert Osswald, der in seiner Eröffnungsrede von der „Ambivalenz der Moderne“ sprach. Das Auto sei ein Symbol für die Freiheit durch Technik, aber es bedeute zugleich auch die Beschränkung der Freiheit durch eben diese Technik.⁶¹⁶ Aus der Annahme, durch den individuellen Gebrauch des Automobils entstehe immer auch ein gesellschaftlicher Schaden, folgerte Osswald, Verkehrspolitik sei daher „heute mehr denn je Gesellschaftspolitik. In dem Maße, wie die Massenmotorisierung erreicht wird und die Gefahren einer Übermotorisierung sich abzeichnen, gewinnt der Blickpunkt der Träger gesellschaftlicher Verantwortung zunehmendes Gewicht. Auch die Einstellung des Einzelnen zu seinem Auto wird nicht länger allein Privatsache bleiben.“ Osswald forderte ein Abrücken von überkommenen Einstellungen gegenüber dem Auto und plädierte für eine breite öffentliche Diskussion über die Zukunft des Verkehrs. „Der Anteil der öffentlichen Aufgaben, die mit der weiteren Entwicklung der Automobilindustrie verknüpft sind, ist so groß, dass wir zu ihrer Lösung eine kritische öffentliche Meinung und eine offene demokratische Diskussion benötigen.“ Die geforderte Diskussion fand noch auf der IAA im Rahmen einer von der „Frankfurter Rundschau“ organisierten Podiumsveranstaltung statt. Unter dem Motto „Hat das Auto eine Zukunft?“ debattierten Vertreter aus Wirtschaft und Politik teilweise recht hitzig über die Frage nach den Grenzen der Motorisierung und den technischen Möglichkeiten der Abgasentgiftung.⁶¹⁷ Auf das kurz zuvor vom Bundestag beschlossene Gesetz zur Minderung des Bleigehalts im Benzin Bezug nehmend, kritisierte Minister Erhard Eppler die Kampagne der Auto- und Mineralölindustrie gegen diesen aus seiner Sicht dringend erforderlichen Schritt zum Schutz der Allgemeinheit. „Das ist eine ganz hochpolitische Sache“, konstatierte Eppler und stilisierte das Benzinbleigesetz zum symbolischen Kräftemessen zwischen den Profitinteressen der Industrie und der auf gesellschaftlichen Fortschritt zielenden Politik des Staates. „Eine hochbrisante Geschichte,

⁶¹⁶ Ansprache des Hessischen Ministerpräsidenten Albert Osswald anlässlich der IAA 1973, wie Anm. 615.

⁶¹⁷ Für einen ausführlichen Bericht über die Podiumsdiskussion siehe: Frankfurter Rundschau vom 20. September 1973. Anwesend waren Bundesminister Erhard Eppler, Peter Menke-Glückert, Ministerialdirigent im Bundesinnenministerium, VW-Vorstandsvorsitzender Rudolf Leiding, der Politologe Rudolf Wildenmann, von der Firma Messerschmidt-Bölkow-Blohm Heinz Busch sowie Heik Ahlfeldt vom Prognos-Institut Basel.

und zwar aus folgendem Grund: Hier wird auf die Probe gestellt, ob dieses parlamentarische System in der Lage ist, Reformen im Interesse der Menschen durchzusetzen oder nicht.“⁶¹⁸

Während die Gegner des Automobils also eine motorisierungsfeindliche oder zumindest motorisierungsskeptische Verkehrspolitik als fortschrittlich und modern darstellten, nutzte die Autolobby die IAA ebenfalls als Bühne, um die eigenen Argumente öffentlichkeitswirksam zu präsentieren. Bereits im Vorfeld der Ausstellung hatten sich hochrangige Vertreter der großen Hersteller beim VDA getroffen und über Maßnahmen beratschlagt.⁶¹⁹ Es war die erklärte Absicht, „konstruktiv an der Bewusstseinsbildung der Öffentlichkeit mitzuwirken.“ Geplant war ein Rahmenprogramm zur IAA mit Informationsveranstaltungen zu Themen des Verkehrs und der Mobilität.⁶²⁰ Zudem wurden zahlreiche Informationsbroschüren gedruckt, die die wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung des Automobils plakativ darstellen sollten.⁶²¹ In welche Richtung die Autoindustrie argumentieren wollte, zeigen interne Dokumente der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit des Volkswagen-Konzerns, die für die Vorstandsmitglieder Leiding, Backsmann und Budde erstellt wurden.⁶²² Darin enthalten waren Argumentationshilfen und griffige Formulierungen für die öffentliche Auseinandersetzung mit der Kritik am Automobil. Das Auto stehe für Freiheit und Individualität, dieser „Freiheitsraum“ werde durch „verkehrspolitischen Dirigismus“ zerstört, lautete das zentrale Argument. Dass dies ein erster Schritt hin auf eine Zwangskollektivierung der Gesellschaft sei, wurde zwar nicht explizit gesagt, schwang aber in vielen der Beispiele und Formulierungen mit. Immer wieder tauchte die Warnung vor einer Nivellierung des Individuums in der Masse auf, so zum Beispiel in der Anspielung auf den „eigenen Herd“ als Mittelpunkt der familiären Häuslichkeit gegenüber der Anonymität des modernen Betriebs: „Natürlich lässt sich mühelos nachweisen, dass es wirtschaftlich sinnvoller ist, die Menschen in Sammelbehältern zu befördern, genauso wie es zum Beispiel wirtschaftlicher wäre, wenn in keinem Haushalt mehr gekocht würde und sich alle in der Kantine abfüttern ließen.“⁶²³ Während man also den Gegner des Automobils

⁶¹⁸ Ebd.

⁶¹⁹ Das Protokoll der Sitzung des VDA vom 28. August 1973 befindet sich Unternehmensarchiv der Volkswagen AG, Zugang 1, Nr.39.

⁶²⁰ Aus dem Protokoll geht hervor, dass insgesamt sechs Veranstaltungen vorgesehen waren, die alle zwei Tage zwischen 10:00 und 13:00 Uhr stattfinden sollten. Themen: 1) Neue Technologie im Verkehr, 2) Zukunft des Omnibusverkehrs, 3) Stadt und Auto, 4) Der Lkw als Wirtschaftsfaktor, 5) Probleme regionaler Verkehrsplanung und 6) Wie sicher sind unsere Autos?

⁶²¹ Zahlreiche dieser Broschüren befinden sich im Unternehmensarchiv der Volkswagen AG, Zugang 1, Nr.39.

⁶²² Internes Memo vom 31. August 1973. Eine Abschrift befindet sich im Unternehmensarchiv der Volkswagen AG, Zugang 1, Nr.39.

⁶²³ VDA-Präsident Heinrich von Brunn schlug in seiner Eröffnungsrede in dieselbe Kerbe: „In den Wünschen des heutigen Menschen hat die Selbstverwirklichung einen hohen Stellenwert. Sie kann im Verkehr nur mit dem Auto erreicht werden. Wir wollen nicht in das Kollektiv überfüllter öffentlicher Verkehrsmittel zurückgedrängt werden“. Wie Anm. 615.

vorwarf, sich mit ihrer Kritik gegen die Grundprinzipien von Freiheit und Demokratie zu wenden, gab man selbst vor, die Diskussion „versachlichen“ zu wollen. Daimler-Benz-Vorstandsvorsitzender Joachim Zahn kritisierte in seiner Presseansprache die *„blinde und ideologisch eingefärbte Anti-Einstellung zum Auto“*, die an *„den wahren Wünschen und den wahren Interessen der Gesellschaft“* vorbeigehe.⁶²⁴ Zugleich betonte er, sein Haus wolle in diesem Jahr nicht *„die gewohnte Schau in Chrom und Lack, sondern vielmehr die Verdeutlichung unserer intensiven Bemühungen, tatsächlich bestehende Probleme zu lösen“*, zeigen. Dass Mercedes dabei statt des von vielen geforderten zweckmäßigen Stadtautomobils die neue S-Klasse mit 4,5-Liter-Motor präsentierte, stellte für Zahn keinen Widerspruch dar.⁶²⁵ Stattdessen hob er die Bemühungen seines Hauses um die Fahrzeugsicherheit hervor und argumentierte, es sei kein Fortschritt, technisch minderwertige Autos zu produzieren, die an den Wünschen der Kunden vorbeikonstruiert wären. Die Industrie gab sich zuversichtlich, dass trotz der Motorisierungsprobleme das Auto auch weiterhin als Symbol und Vehikel für Freiheit und Wohlstand vom gesellschaftspolitischen Grundkonsens der Bundesrepublik getragen werde. In seiner Eröffnungsrede knüpfte Brunn noch einmal an das Ideal einer automobilen Gesellschaft an und definierte die Fortschrittlichkeit der Motorisierung als die Egalisierung der Motorkräfte und die Demokratisierung der Mobilität: *„Auf den Straßen gibt es keine Unterschiede mehr unter den Menschen, da sind sich alle gleich. Die Motorisierung erweist sich als der wichtigste Baustein für die – nach unserer Auffassung erfreulicherweise – klassenloser werdende Gesellschaft des letzten Quartals unseres Jahrhunderts. So kann es auch keinen Gegensatz zwischen Kraftfahrern und Gesellschaft geben. Die progressive Gesellschaft unserer Zeit ist nicht eine Gruppierung gegen den Kraftverkehr, sondern eine*

⁶²⁴ Ansprache des Vorstandsvorsitzenden Joachim Zahn bei der 45. IAA in Frankfurt am 12. September 1973, S.2 und S.5. Das Manuskript befindet sich im Daimler AG Heritage Information Center, Bestand Werksangehörige / Reden, Zahn IV. In dieser Argumentation wurde die Industrie von der Motorpresse unterstützt, die ebenfalls umstürzlerische Kräfte am Werke sah. So zum Beispiel: Das Auto auf politischem Kollisionskurs, in: Deutsche Automobil-Revue, 1973, Bd.48, H.10, S.5. In dem Artikel wurde bemängelt, dass die Autokritik das Kraftfahrzeug politisch auflade. Verantwortlich dafür seien politische Kräfte, die eine Systemveränderung anstreben und hierfür das Auto instrumentalisieren würden. Dazu wurden gezählt die *„Anhänger von Ur-Opas Sozialismus“*, *„rabiante Systemveränderer und Wohlstandsfeinde“*, aber auch einfach *„kühl kalkulierende Machtpolitiker“*. Diese politischen Kräfte wollten am Beispiel des Autos dem „kleinen Mann“ einreden, dass es ihm besser gehe, wenn *„es den Wohlhabenden schlechter geht“*. Um dies zu erreichen, werde der Neid geschürt, indem die Unterscheidung zwischen Autobesitzern und Nicht-Autobesitzern aufgemacht werde. Dem hält der Autor entgegen, dass durch eine Beschränkung des Autoverkehrs in erster Linie die einfachen Arbeiter treffen würde. *„Es wären Millionen kleiner Leute, die heruntergestuft würden – auf sozialistisches Mangel-Niveau“*, während für die Elite aus Wirtschaft und Politik immer eine Sondergenehmigung existieren würde. Letztlich brachte der Artikel zum Ausdruck, dass der Trend zur Verteuerung des Autos eine Rücknahme der sozialen Errungenschaften der Massenmotorisierung darstelle.

⁶²⁵ Ebenso die Volkswagen AG, die mit dem neuen Modell Passat ebenfalls einen Wagen der oberen Mittelklasse präsentierte und nicht, wie gehofft, einen Nachfolger für den Käfer. Siehe auch **Grieger, Manfred, Ulrike Gutzmann und Dirk Schlinkert:** Volkswagen Chronik, Wolfsburg 2004.

Gesellschaft von Autofahrern.“⁶²⁶ Gegen die wachsende Kritik am Automobil setzte die Industrie also die symbolische Verknüpfung des Kraftfahrzeugs mit einer auf Wohlstand und individuelle Mobilität ausgerichteten Gesellschaftsordnung. Spätestens mit der Ölkrise von 1973/74 wurde dieses Gesellschaftsbild dann allerdings grundlegend in Frage gestellt.⁶²⁷

⁶²⁶ Wie Anm. 615.

⁶²⁷ **Hohensee, Jens:** „Und sonntags wieder laufen.“ Die erste Ölkrise 1973/74 und ihre Perzeption in der Bundesrepublik Deutschland, in: Michael Salewski und Ilona Stölken-Fitschgen (Hrsg.): *Moderne Zeiten. Technik und Zeitgeist im 19. und 20. Jahrhundert*, Stuttgart 1994, S.175-196.

5. Schluss

„Mit knappen Vorräten sorglos geaast“, titelte „Der Spiegel“ auf dem Höhepunkt der Ölkrise im Herbst 1973.⁶²⁸ „Das Aasen, die Sorglosigkeit war Prinzip geworden in Ludwig Erhards Marktwirtschaft, die darauf setzte, das freie Spiel von Angebot und Nachfrage werde schon alles richten. [...] Die Insignien des Wohlstandes wurden zum eigentlichen Lebensinteresse, aus der Wohlstandsgesellschaft schließlich eine Wegwerfgesellschaft. [...] Kaum jemand mag zugeben, dass die Überflussgesellschaft am Ende ist“, so das düstere Resümee des Autors.⁶²⁹

Die Verknappung des Öls schlug sich für die Zeitgenossen im Verkehrsgeschehen besonders deutlich und plakativ nieder. Gespenstisch leere Autobahnen an den Sonntagen, an denen Fahrverbot galt, ein generelles Tempolimit von 100 Stundenkilometern und Benzinrationierung an den Tankstellen.⁶³⁰ Doch es war nicht nur die Ölkrise, für die das Automobil exemplarisch stand. Der Preisschock provozierte die grundsätzliche Frage nach dem Umgang mit den natürlichen Ressourcen. Die „Grenzen des Wachstums“ wurden diskutiert und ein großer Teil der Bevölkerung war der Ansicht, man sei nicht nur mit dem Öl in der Vergangenheit zu sorglos umgegangen. Phasenweise wurde der Eindruck erweckt, als stünde die moderne Industriegesellschaft insgesamt auf dem Prüfstand und mit ihr das Automobil. Wie kaum ein anderes Konsumgut verkörperte das Auto die Folgen und Probleme des „*rauschhaften wirtschaftlichen Wachstums der 60er-Jahre*.“⁶³¹ Ressourcenverschwendung, Umweltverschmutzung, Landschaftszersiedlung und mehr als 14.000 Verkehrstote jährlich prägten die Wahrnehmung des Autos im Krisenwinter 1973/74.

Damit erreichte jene Entzauberung des Automobils, die bereits Mitte der 60er-Jahre eingesetzt hatte, mit dem Ölpreisschock ihren Höhepunkt und Abschluss. Die Magie und die Faszinationskraft der Autovisionen vorangegangener Jahrzehnte waren endgültig verfliegen. Auch wenn sich die Motorisierung ungebrochen fortsetzte, das Bild des Automobils war ambivalent geworden. Es tauchte nicht mehr als ausschließlich positiv konnotiertes Symbol in den Modernitätskonzeptionen der 70er-Jahre auf, sondern war immer häufiger mit negativen Subtexten aufgeladen und stand daher zunehmend auch für eine fehlgeleitete Moderne, die es zu überwinden galt. Bedingt durch diese Ambivalenz sank das politische Mobilisierungspotential der Autosymbolik. In den gesellschaftspolitischen Debatten der 70er-

⁶²⁸ Mit knappen Vorräten sorglos geaast, in: Der Spiegel, 1973, H.47, S.25-31.

⁶²⁹ Ebd., S.26. Eine Darstellung der Ereignisse gibt **Hohensee, Jens**: Der erste Ölpreisschock 1973/74. Die politischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der arabischen Erdölpolitik auf die Bundesrepublik Deutschland und Westeuropa, Stuttgart 1996.

⁶³⁰ Siehe dazu auch: Ein Schock für drei bis vier Jahre, in: Der Spiegel, 1974, H.6, S.28-34, dort heißt es auf S.28: „Zu Wallmerod im Westerwald blickte Tankwart Heinz Eilberg, 37, in die Mündung einer Pistole, als er dem Fahrer eines silbergrauen Mercedes 280 SE nur 15 Liter ablassen wollte. Flugs erhöhte der Westerwälder auf 72,1 Liter Super für glatte 59 Mark – da öffnete der Sprit-Bandit den Kofferraum und zeigte auf vier Kanister.“

⁶³¹ Mit knappen Vorräten sorglos geaast, in: Der Spiegel, 1973, H.47, S.29.

und 80er-Jahre trat es immer häufiger hinter andere Modernitätssymbole zurück. Die gesellschaftlichen Mobilitätsphantasien richteten sich schon bald auf den zunehmend popularisierten Flugverkehr.⁶³² Und die Umweltbewegung, die sich in den 70er-Jahren als politische Kraft etablierte, formierte sich vornehmlich um das Thema Kernkraft herum.⁶³³ Mit der Diskussion um die Einführung eines Katalysators zur Abgasentgiftung wurde das Automobil Anfang der 80er-Jahre noch einmal zum Politikum und stand im Rahmen der weit verbreiteten Furcht vor einem großen „Waldsterben“, verursacht durch „sauren Regen“, in der Öffentlichkeit am Pranger. An dieser Diskussion zeigte sich aber, wie sehr das Auto als politisches Symbol bereits ent-emotionalisiert worden war. Die gesellschaftliche Bedeutung des motorisierten Individualverkehrs wurde ebenso wenig in Frage gestellt wie die Notwendigkeit, technische Maßnahmen zur Verbesserung des Umweltschutzes und der Fahrzeugsicherheit zu ergreifen. Ungeachtet aller Differenzen in Detailfragen hatte sich die Auseinandersetzung mit dem Kraftverkehr vor allem dahingehend versachlicht, dass aus den konträren Modernitätskonzeptionen rund um das Automobil zunehmend ein Autobild entstand, welches sowohl die Vorteile als auch die Gefahren der Motorisierung beinhaltete und daher weitgehend unumstritten war. Das Verkehrsgeschehen auf Deutschlands Straßen wurde mehr und mehr als eine administrative Angelegenheit gesehen, nicht mehr aber als Gegenstand gesellschaftspolitischer Grundsatzdiskussionen. Die Zeiten, in denen das Automobil die Hoffnungen und Ängste einer ganzen Epoche zu bündeln vermochte, waren vorüber.

Die Ölpreiskrise bildete damit den Schlusspunkt einer 40jährigen Ära der politischen Inszenierung des Kraftfahrzeugs, deren Auftakt Hitlers Eröffnungsrede auf der Internationalen Automobil- und Motorradausstellung 1933 war. Im Verlauf der vorliegenden Untersuchung konnte somit die einleitend formulierte Hypothese bestätigt werden, es habe eine in sich geschlossene Phase der Instrumentalisierung des Automobils in der politischen Kommunikation gegeben, die zudem über gesellschaftliche Systembrüche hinweg von einheitlichen Merkmalen geprägt war. Im „Dritten Reich“ wie auch in der frühen Bundesrepublik war das Automobil eines der schillerndsten Symbole für den nationalen Ausbruch aus der Krise vorangegangener Jahre und für den gemeinsamen Aufbruch in eine

⁶³² Zur Entwicklung sowie zur Bedeutung von Luft- und Raumfahrt siehe **Trischler, Helmut und Kai-Uwe Schrogl (Hrsg.):** Ein Jahrhundert im Flug. Luft- und Raumfahrtforschung in Deutschland 1907-2007, Frankfurt/M 2007.

⁶³³ Siehe dazu **Tiggemann, Anselm:** Die „Achillesferse“ der Kernenergie in Deutschland. Zur Kernenergiekontroverse und Geschichte der Entsorgung von den Anfängen bis Gorleben 1955-1985, Lauf 2004. Zum Wertewandel in der Umweltbewegung im Verlauf der 70er-Jahre siehe vor allem **Engels, Jens I.:** Naturpolitik in der Bundesrepublik. Ideenwelt und politische Verhaltensstile in Naturschutz- und Umweltbewegung 1950-1980, Paderborn 2006.

bessere Zukunft. Die Autosymbolik war so polyvalent, dass sie nicht nur die nationalsozialistische Deutung des politischen Systemwechsels als „nationale Revolution“ transportieren konnte, sondern auch den wirtschaftlichen Wiederaufbau der Nachkriegsjahrzehnte als Teil des deutschen „Wirtschaftswunders“ abbildete. Unter den vollkommen unterschiedlichen Bedingungen beider Gesellschaftssysteme fungierte das Automobil als allgemein verständlicher Gradmesser für den wirtschaftlichen Erfolg und den gesellschaftlichen Fortschritt, den eine bestimmte politische Gruppe für sich reklamierte.

Eng mit dieser Symbolik des Aufbruchs verbunden war die Zuschreibung von Modernitätsbildern, die verdeutlichen sollten, in welche Richtung sich die gesellschaftliche Veränderungsdynamik entwickeln würde. Ungeachtet des jeweiligen politischen Systems verkörperte das Auto für die Zeitgenossen demnach so greifbar wie kaum ein anderer technischer Gegenstand den Aufbruch Deutschlands in moderne Zeiten. Sowohl das totalitäre NS-Regime als auch die demokratischen Kräfte der Bundesrepublik bedienten sich des Automobils als Symbol für die Modernitätskonzeptionen und Zukunftsentwürfe der jeweils eigenen Gesellschaftsideologie. Als wichtiges gemeinsames Merkmal bleibt dabei festzuhalten, dass das Kraftfahrzeug über den gesamten Untersuchungszeitraum hinweg zur Illustration des politischen Versprechens auf Teilhabe aller am wirtschaftlichen Wohlstand und am technologischen Fortschritt diente. Das Auto stand für eine neue Ära, deren Modernität sich zu einem großen Teil über den Anspruch definierte, immer größere Teile der Bevölkerung mit einer wachsenden Zahl von technischen Gegenständen und Konsumprodukten auszustatten. Autobahnbau und Volkswagenwerk bildeten das Herzstück eben der Propaganda des Hitler-Regimes, die eine Egalisierung des einstigen Luxusgegenstandes Automobil als Verwirklichung der Gleichheitsversprechen der Volksgemeinschaft erscheinen ließ. Frappierend ist in diesem Zusammenhang, wie ungebrochen die Partizipationsverheißungen des nationalsozialistischen Motorisierungsprogramms in den Deutungshaushalt der Bundesrepublik transferiert wurden. Es war vor allem der Volkswagen, der, über alle politischen Zäsuren hinweg, die Kontinuität dieser einmal geweckten Hoffnung auf individuelle Teilhabe am nationalen Aufbruch durch ein eigenes Auto verkörperte. Aller konkreten politischen Bezüge entkleidet, wurde das zeitlose Gefährt zum Kristallisationspunkt eines modernen gesellschaftlichen Selbstverständnisses, in dessen Zentrum die Forderung nach einer gerechteren Verteilung der Konsumchancen stand. Wie sehr sich die Bundesrepublik gerade an diesem Punkt vom östlichen Teil Deutschlands unterschied und in welchem Maße sie daher der sozialere Staat zu

sein glaubte, das wurde nicht zuletzt durch den Vergleich ost- und westdeutscher Autos immer wieder plakativ verdeutlicht.

Damit schließt die vorliegende Untersuchung an die Thesen von Wolfgang Sachs an, der eine mentalitätsgeschichtliche Kontinuität des Motorisierungsprozesses postuliert und das nationalsozialistische Volkswagenprogramm als eine ideologische Vorbereitung der Massenmotorisierung der 50er- und 60er-Jahre interpretiert.⁶³⁴ Mit Ausnahme der Arbeiten von Sachs, die allerdings bedauerlicherweise empirisch schlecht fundiert sind, orientiert sich der Untersuchungszeitraum des Großteils der Studien zur Automobilgeschichte an den gängigen Epochenzäsuren der politischen Geschichte.⁶³⁵ Dies erweist sich jedoch im Licht der hier skizzierten Erkenntnisse in zweifacher Hinsicht als problematisch. Zum einen wird eine solche Periodisierung den Entwicklungslinien und Bruchstellen des Motorisierungsprozesses und der Geschichte des Automobils oftmals nicht gerecht. Die relativ hohe Konstanz des Autobildes in der Öffentlichkeit hat gezeigt, dass die gesellschaftliche Etablierung des Verbrennungsmotors einer Dynamik folgte, die zwar bis zu einem gewissen Grad politisch beeinflusst werden konnte, gerade in ihren ideologischen Implikationen aber für die jeweilige Regierung nicht steuer- oder gar kontrollierbar gewesen ist. Wünschenswert wäre daher, wenn zukünftige Studien zur Automobilgeschichte die epochen- und systemübergreifenden Kontinuitätslinien und immanenten Entwicklungsfaktoren der Motorisierung stärker als bislang in den Blick nehmen würden.⁶³⁶

Zum anderen wird durch eine solche Verengung des Untersuchungszeitraums die Möglichkeit verschenkt, Forschungsergebnisse aus der Automobilgeschichte zu nutzen, um manch allzu selbstverständliche Erkenntnis der Sozial- und Mentalitätsgeschichte gegen den Strich zu lesen und dadurch etablierte Epochenschwellen zu hinterfragen. So legt die erstaunlich große Kontinuität der Autosymbolik beispielsweise die Vermutung nahe, dass die mentalitätsgeschichtlichen Vorläufer der modernen Konsumgesellschaft bis weit in die 30er-Jahre zurückreichen. Damals schimmerte zunächst nur rhetorisch jenes allgemeine

⁶³⁴ Siehe vor allem **Sachs, Wolfgang**: Die Liebe zum Automobil. Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche, Hamburg 1990.

⁶³⁵ Siehe zum Beispiel die einflussreiche Arbeit von **Edelmann, Heidrun**: Vom Luxusgut zum Gebrauchsgegenstand. Die Geschichte der Verbreitung von Personenkraftwagen in Deutschland, Frankfurt/M 1989. Edelmann beginnt ihre Darstellung über Bedingungsfaktoren und Entwicklungslinien der Massenmotorisierung in Deutschland um das Jahr 1918 herum und endet mit dem Zusammenbruch des „Dritten Reichs“. Gerade im Hinblick auf den endgültigen Durchbruch zur Massenmotorisierung in den 60er-Jahren vermag die Wahl des Untersuchungszeitraums nicht zu überzeugen. Ähnlich **Merki, Christoph M.**: Der holperige Siegeszug des Automobils 1895-1930. Zur Motorisierung des Straßenverkehrs in Frankreich, Deutschland und der Schweiz, Wien / Köln und Weimar 2002, der aus unerfindlichen Gründen den „holperigen Siegeszug des Automobils“ bereits in den 30er-Jahren enden lässt.

⁶³⁶ So zum Beispiel **Kuhm, Klaus**: Das eilige Jahrhundert. Einblicke in die automobilen Gesellschaft, Hamburg 1995.

Wohlstandsversprechen durch, das dann in der bundesrepublikanischen Konsumgesellschaft der 50er-Jahre seine Verwirklichung fand. Diese Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung sprechen nicht nur deutlich gegen die Annahme einer historischen „Stunde Null“, die quasi als Trennlinie zwischen der Zwangsbewirtschaftung durch den nationalsozialistischen Maßnahmenstaat einerseits und den Wohlstandsversprechen der sozialen Marktwirtschaft andererseits verlief. Die Partizipationsverheißung der Autosymbolik wirft darüber hinaus die Frage auf, ob nicht auch jüngere Forschungsansätze, die den Anbruch der Konsumgesellschaft als Folge einer ihrer Meinung nach in den 50er-Jahren einsetzenden gesellschaftlichen Modernisierungsprozesses interpretieren, wichtige Aspekte zeitgenössischer Lebenswirklichkeit ausblenden.⁶³⁷ Eine allzu schematische Dichotomisierung der Nachkriegsentwicklung in entweder Modernisierung nach westlichem Muster oder Restauration als reaktionär konnotierter Traditionslinien aus der Zeit vor 1945 droht leicht zu übersehen, dass sich zeitgenössische Deutungsmuster auch positiv auf Erfahrungen und Interpretationsraster der NS-Zeit beziehen konnten. Insbesondere das Motorisierungsprogramm wurde von vielen Bundesbürgern als erster Schritt in eine verheißungsvolle Moderne bewertet, der zwar durch den Krieg unterbrochen worden war, dessen Fortsetzung aber ungeachtet des politischen Systemwechsels von der Mehrheit als notwendiger gesellschaftlicher Fortschritt gedeutet wurde. Aus kulturhistorischer Perspektive trat die Bundesrepublik mit Blick auf den weit verbreiteten Motorisierungswunsch also eher das Erbe des „Dritten Reichs“ an, als dass ihre Verheißung, jedem Bürger den Besitz eines eigenen Wagens zu ermöglichen, in den Augen der Zeitgenossen einen wirklichen Modernisierungsfortschritt bedeutet hätte.

Das Automobil war zwischen 1933 und 1974 aber nicht nur Projektionsfläche für Modernitätsbilder, sondern wurde darüber hinaus zu einem nationalen Identifikationssymbol stilisiert. Ungeachtet der jeweiligen Motiv- und Akteurskonstellationen unterschied sich das Vorgehen dabei während des gesamten Untersuchungszeitraums kaum. Der technische Gegenstand Automobil wurde mit Zukunftsvisionen und gesellschaftspolitischen Leitideen assoziiert, welche die Nation als Bezugspunkt hatten. Dadurch wurde das Auto symbolisch mit nationalen Wertvorstellungen aufgeladen. Dies war vor allem deshalb von Vorteil, weil die im nationalen Bezug gebündelten politischen Ziele nun nicht mehr als Partikularinteressen einer bestimmten gesellschaftlichen Gruppe erschienen, sondern im Gewande der Motorisierung als Förderung des Gemeinwohls dargestellt werden konnten. Es war zunächst

⁶³⁷ Siehe vor allem **Schildt, Axel**: Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er-Jahre, Hamburg 1995.

die nationalsozialistische Motorisierungspropaganda, durch welche die Autosymbolik zur diskursiven Scharnierstelle wurde, an der die faschistischen Technik- und Modernitätsbilder mit nationalistischer Ideologie zur Überschneidung gebracht werden konnten. Zentrales Themenfeld dafür war der Motorsport. Die deutschen Rennwagen sollten der öffentlichkeitswirksame Beweis dafür sein, dass die vom Regime forcierte Technisierung die Stärkung der Nation zum Ziel hatte, um deren internationale Bedeutung und Macht zu erhöhen. Während die „Silberpfeile“ stellvertretend für die technologische Überlegenheit Deutschlands standen, stellte die Etablierung des Kraftfahrtgeländesports als Breitensport über die Institution des NSKK den Versuch dar, das Automobil zum Symbol einer nationalen Wehrhaftmachung zu stilisieren. In der unmittelbaren Nachkriegszeit wurde dann die Kfz-Industrie zum entscheidenden Akteur für die Bedeutungsprägung des Automobils und gleichzeitig verschwanden die militaristischen Subtexte der NS-Zeit nahezu vollständig. Der bereits etablierte Zusammenhang von Auto und Nation wurde von der Industrie jedoch aufrechterhalten und bestärkt. Die von der Autolobby öffentlich inszenierte Verknüpfung des Themas nationaler Wiederaufbau mit dem Bild des Kraftfahrzeugs machte das Automobil zu einem zentralen Identifikationssymbol des deutschen „Wirtschaftswunders“.

Diese Nationalisierung der Technik wurde in der Regel durch die Einbettung des technischen Gegenstandes in ein Narrativ nationaler Tradition und deutscher Geschichte vollzogen. Eine zentrale Funktion kam dabei der Figur des deutschen Ingenieurs zu. Er war die Schnittstelle, an der nationale Werte und Technik argumentativ miteinander verzahnt werden konnten. Im Rahmen der Inszenierung des Automobils repräsentierte er den deutschen Genius und die nationalen Tugenden, in denen sich die jeweilige politische Modernitätskonzeption widerspiegelte. Aufgrund seines deutschen Erbes wurde ihm ein besonderer, ein spezifisch deutscher Zugang zur Technik zugeschrieben. Und es war eben dieser spezifisch deutsche Zugang zur Technik, der eine Rückbindung der Technik an nationale Werte und Traditionen verbürgen sollte. Die politischen Werte, die im Bild der deutschen Technik mitschwangen, wurden zu Wesenseigenschaften deutscher Wagen verallgemeinert. Der nationalpolitische Bezug verlieh dem Auto also Merkmale, die dieses von ausländischen Fahrzeugen abgrenzbar machten, weil durch sie eine deutlich sichtbare Identität gestiftet wurde.

Die vorliegende Untersuchung konnte zeigen, dass die Eigenschaft der Zweckmäßigkeit über den politischen Systemwechsel hinweg das prägende Merkmal der Identität deutscher Automobile war. Das Ethos der Zweckmäßigkeit im deutschen Automobilbau war das Ergebnis unterschiedlicher Fortschrittsprojektionen aus Politik und Wirtschaft, die sich aus den abweichenden Modernitätskonzeptionen ergaben. Die Automobilindustrie war vor wie

nach 1945 bestrebt, ein Ideal konstruktiver und handwerklicher Spitzenfertigkeit zu wahren und propagierte daher die Wirtschaftlichkeit als zentrales Fortschrittskriterium. Durch gesenkte Haltungskosten sollte die Massenmotorisierung ermöglicht werden. Demgegenüber zielten sowohl die Motorisierungspolitik der Nationalsozialisten als auch die Vorstellungen Ludwig Erhards auf einen möglichst niedrigen Anschaffungspreis, weshalb hier das Einfache und das Preiswerte als fortschrittlich galten. In der öffentlichen Wahrnehmung verschmolzen diese abweichenden Deutungen zum Merkmal der Zweckmäßigkeit. Entscheidend ist dabei, dass aus dem Merkmal der Zweckmäßigkeit eine besondere Fortschrittlichkeit deutscher Wagen abgeleitet wurde, die diese vor allem von den als protzig und überdimensioniert empfundenen amerikanischen Wagen abgrenzte. Diese Fortschrittsbetrachtung war der Punkt, an dem die Automobilsymbolik in beide Richtungen lesbar wurde – von den nationalen Tugenden auf die Eigenschaften deutscher Wagen reflektierend, aber auch von den Merkmalen der Autos auf die Nation zurück verweisend. Die Fortschrittlichkeit durch Zweckmäßigkeit wurde dabei zu einer nationalen Tugend verallgemeinert, deren Gültigkeit über den unmittelbaren Bereich des Automobils hinaus als Merkmal des deutschen Nationalcharakters behauptet wurde. Vor allem in Zeiten der Not, so die übereinstimmende Deutung sowohl der 30er- als auch der 40er-Jahre, habe die Tugend der Zweckmäßigkeit den Ausweg aus der wirtschaftlichen Krise gewiesen.

Durch die ausgeprägte Anschlussfähigkeit des Zweckmäßigkeitstopos an nationale Identitätskonstruktionen konnte im Verlauf der vorliegenden Untersuchung eine neue und erweiterte Perspektive eröffnet werden. Durch eine Umkehrung der Blickrichtung auf das Ethos der Zweckmäßigkeit treten die Aushandlungen der symbolischen Bedeutung des Automobils in den Hintergrund und es geraten nationale Selbstvergewisserungsprozesse in den Blick. Damit wird das Auto vom eigentlichen Untersuchungsgegenstand zu einer Art Brennglas, unter dem gesellschaftliche und allgemeinpolitische Konstellationen hervortreten, die einem direkten Zugriff oftmals entzogen sind. In diesem Zusammenhang erweist sich die kulturhistorische Perspektive in besonderem Maße als ertragreich, ermöglicht sie es doch, von vermeintlichen gesellschaftlichen Randerscheinungen, wie den populären Autobildern, ausgehend, Rückschlüsse auf zentrale historische Phänomene und politische Deutungsmuster zu ziehen. Durch eine Analyse von Genese, Form und Funktion der Autosymbolik konnten im Verlauf der vorliegenden Untersuchung auch Erkenntnisse über Prozesse nationaler Identitätskonstruktion gewonnen werden. Dabei wurde gezeigt, wie das am Automobil verdichtete Ethos der Zweckmäßigkeit nicht nur zu einer nationalen Eigenschaft

verallgemeinert wurde, sondern ins Zentrum der Leitidee eines spezifisch deutschen Wegs in die Moderne rückte. Die nationalsozialistische Propaganda hatte das Motorisierungsprogramm als Verheißung einer anderen Moderne dargestellt und damit versucht, die eigenen gesellschaftspolitischen Entwürfe als eine Art „Dritten Weg“ zwischen einer reaktionär gefärbten Abwehr der Moderne einerseits und einer sich zunehmend verselbständigen Rationalisierung der Lebens- und Arbeitswelt andererseits zu positionieren. Durch die propagierte Rückbindung des technologischen Fortschritts an nationale Werte und gemeinschaftliche Interessen wurde erfolgreich ein Modernitätsbegriff etabliert, der die bedrohlichen Potentiale des Modernisierungsprozesses ausblendete und die gesellschaftlichen Modernisierungskonflikte mit nationalistischem Pathos überformte. In diesem Deutungshorizont erschien die Tugend der Zweckmäßigkeit als nationalsozialistische Antwort auf einen in Deutschland vielfach beklagten Materialismus, der häufig mit westlichen Gesellschaftsformen assoziiert wurde. Die Ideale der Bescheidenheit und der Funktionalität, die im Ethos der Zweckmäßigkeit gebündelt waren, wurden nach 1945 nahezu unverändert wieder aufgegriffen, um sie gegen die Übel der modernen Konsumgesellschaft argumentativ in Stellung zu bringen. Wiederum sollte die Zweckmäßigkeit als Korrektiv gegen einen als Bedrohung empfundenen Materialismus der Neuzeit wirken. Noch deutlicher als im Nationalsozialismus diente diese Argumentationsfigur zur Abgrenzung vom amerikanischen Gesellschaftsmodell, das einerseits zwar als erstrebenswertes Vorbild galt, andererseits aber auch dafür kritisiert wurde, moralische und nationale Werte dem individuellen Streben nach Wohlstand untergeordnet zu haben. Dem wurde ein durch das Ethos der Zweckmäßigkeit gleichsam purifizierter Massenkonsum gegenübergestellt, der zum Merkmal für eine moderne Wohlstandsgesellschaft deutscher Prägung werden sollte. Dabei wurde speziell der deutsche Kleinwagen zum symbolischen Gegenpol einer immer wieder kritisierten Konsum- und Wegwerfgesellschaft, indem er die Tugend einer an Funktionalität und Langlebigkeit orientierten Bedürfnisbefriedigung verkörperte.

Erst im Verlauf der 60er-Jahre verlor dieses Bild eines „German Way of Life“ als Alternative zur westlichen Konsumgesellschaft an Bedeutung. Die Angleichung der deutschen Lebensverhältnisse an amerikanische Bedingungen ließ die postulierte Beschränkung der materiellen Lebensweise auf ein bescheidenes Maß zunehmend obsolet erscheinen. Als die Einkommen noch niedrig und die technischen Möglichkeiten bescheiden waren, redete man sich ein, aus der Not des Mangels die Tugend der Sparsamkeit gemacht und mit den ärmlichen Nachkriegsautos einen neuen Weg beschritten zu haben. Mit dem Wohlstand aber wuchsen auch in Deutschland die Autos. Dieser Befund provoziert Fragen im Hinblick auf die

„Westernisierungsprozesse“ in der Bundesrepublik.⁶³⁸ Dass sich der Topos eines spezifisch deutschen Wegs in die Moderne bis weit in die 60er-Jahre hinein behaupten konnte, legt die Vermutung nahe, dass westliche Wertvorstellungen und Verhaltensmuster sehr viel zögerlicher adaptiert wurden, als es auf den ersten Blick erscheinen mag. Am Beispiel der Autosymbolik konnte gezeigt werden, wie stark sich die Bundesbürger auch in den 50er-Jahren noch als eine Schicksalsgemeinschaft verstanden, die ihre gemeinsame Identität aus der kollektiv geteilten Not bezog und daraus zumindest partiell eine Andersartigkeit gegenüber der westlichen Wertegemeinschaft zu behaupten suchte. Bemerkenswert ist dabei, in welchem hohem Maße sich die Abgrenzung von der westlichen Moderne auf Bilder und Zuschreibungen stützte, die bereits in der NS-Zeit geprägt worden waren, um die Rationalisierungsbestrebungen des Regimes vom amerikanischen Vorbild abzugrenzen. Der deutsche Sonderweg im Automobilbau war vor allem im Hinblick auf die propagierte Zweckmäßigkeit Ausdruck dieser tradierten Überzeugung, das deutsche Wesen ermögliche und erfordere einen vollkommen andersartigen Zugang zu Technik und Moderne.

Es sind damit zwei übergreifende Kontinuitätslinien im Rahmen der Autosymbolik identifiziert worden. Erstens eine Modernitätskonzeption, die bereits vor 1945 die Verheißung einer breiten Wohlstandspartizipation barg und in der die Umrisse einer Konsumgesellschaft unter völkischen Vorzeichen erkennbar wurden, sowie zweitens der Topos eines an nationalen Traditionen orientierten deutschen Sonderwegs in die Moderne. Dieser Befund lässt vermuten, dass zumindest aus mentalitätshistorischer Sicht Deutschlands „langer Weg nach Westen“ (Heinrich A. Winkler) etwas länger war als gemeinhin angenommen. Die Erkenntnisse der vorliegenden Studie zur Autosymbolik stützen somit die These, dass die Deutungsmuster der nationalsozialistischen Ära in der bundesrepublikanischen Gesellschaft noch einige Zeit nachwirkten, bevor sie erst allmählich von westlichen Wertvorstellungen ersetzt wurden. Im Hinblick auf die politische Symbolik des Automobils nimmt sich der Zeitraum vom Beginn der 30er- bis etwa zur Mitte der 60er-Jahre als ein zusammenhängender Denk- und Kommunikationsraum aus, in dem Argumentationsfiguren, Klischees und Bilder in einen kohärenten Sinn- und Bedeutungszusammenhang eingeordnet werden konnten. Erst die 60er-Jahre brachten einen gesellschaftlichen Modernisierungsschub, der die westdeutsche Mentalität einem so tief greifenden Wandel unterzog, dass der größte Teil der tradierten Autobilder nicht mehr anschlussfähig war und buchstäblich sinnlos wurde. Die Strahlkraft der Autosymbolik scheint demnach eng mit dieser relativ geschlossenen und

⁶³⁸ Zum Konzept der „Westernisierung“ siehe **Doering-Manteuffel, Anselm**: Wie westlich sind die Deutschen? Amerikanisierung und Westernisierung im 20. Jahrhundert, Göttingen 1999.

zusammenhängenden Modernitätsdeutung der Dekaden um die Jahrhundertmitte verbunden. Aus heutiger Perspektive muten daher Äußerungen überzogen an, die seinerzeit lediglich das damals gültige Auto- und Gesellschaftsbild zum Ausdruck brachten. So verweist auch die Rede Ludwig Erhards anlässlich des 75. Jubiläums der Erfindung des Automobils auf jenen Deutungshorizont der 30er- bis 60er-Jahre. „*Der Mercedes-Stern*“, so sagte Erhard, „*ist Deutschlands Flagge in der Welt.*“⁶³⁹

⁶³⁹ Zitiert nach: Stuttgarter Nachrichten vom 3. Juli 1961.

6. Quellen- und Literaturverzeichnis

6.1. Quellenverzeichnis

6.1.1. Ungedruckte Quellen

Daimler AG Heritage Information Center

- Bestand Messen und Ausstellungen, 1933-1941 und 1946-1973
- Bestand Kissel, Messen und Ausstellungen
- Bestand Haspel, Messen und Ausstellungen
- Bestand Könecke, Messen und Ausstellungen
- Bestand Hitzinger, Messen und Ausstellungen
- Bestand Zahn, Messen und Ausstellungen
- Bestand Werksangehörige / Reden: Könecke 1 und 2, Hitzinger, Zahn 2-4, Scherenberg 1 und 2, Nallinger 1-4
- Bestand Geschäftsberichte, 1933-1974

BMW Konzernarchiv

- Pressemappen
 - AP 1/10
 - AP 4/10
 - AP 6/10
 - AP 13/10
 - AP 17/10
 - AP 29/10
- Korrespondenz mit dem VDA
 - UA 61/1
 - UA 626
 - UA 597
- UA 559 (Vorkriegsbestand)
- UA 594 (Marketingabteilung)
- UA 590 und UA 1344 (Marktstudien)
- UA 621 (Briefwechsel zwischen Daimler-Benz-Generaldirektor Wilhelm Kissel und BMW-Generaldirektor Franz Josef Popp)
- Geschäftsberichte, 1933-1974

Audi-Unternehmensarchiv

- Bestand Ausstellungen, 1933-1939 und 1949-1973
- Bestand Personalien
 - Richard Bruhn
 - Werner Henze

- Rudolf Leiding
 - Stieler von Heydekampf
- D4 (Verbände, VDA)
- L4 (Werbung)
- C 3.2 (u.a. Pressemappen)
- Bestand Geschäftsberichte, 1949-1970

Firmenarchiv der Auto Union (Bestand liegt im Sächsischen Staatsarchiv in Chemnitz, Bestandsnummer 31050)

- Messen und Ausstellungen, Signaturen: 7847, 7408, 2024, 5851
- Mitgliedschaft RDA, Signaturen: 1034, 7793, 745, 847, 733

Unternehmensarchiv der Volkswagen AG

- Ausstellungen: Zugang 69, Nr.233
- Vorstandsakten Münch: Zugang 69, Nr.216
- Handakten Kemmler: Zugang 69, Nr.204
- Nordhoff, Reden:
 - Zugang 69, Nr.233
 - Zugang 69, Nr.234
 - Zugang 587, Nr.33/47
 - Zugang 245, Nr.557
 - Zugang 245, Nr.558
- Leiding, Reden:
 - Zugang 610, Nr.388
 - Zugang 646, Nr.2/1
- Hauptversammlungen:
 - Zugang 587, Nr.33/52
 - Zugang 610, Nr.498/3
 - Zugang 237, Nr.7
 - Zugang 69, Nr.248
 - Zugang 646, Nr.2/1
- Zugang 63, Nr.9 (Akten der Pressestelle)
- Geschäftsberichte, 1948-1974

Historisches Archiv der Dr. ing. h.c. F. Porsche AG

Bestand Messen und Ausstellungen

Institut für Demoskopie Allensbach

Bestand zum Thema Automobil

6.1.2. Zeitungen und Zeitschriften

Bestände der Zeitungsausschnittssammlung des Hamburgischen Weltwirtschaftsarchivs

- Kraftfahrzeug A10, 1933-1974
- Kfz-Branche A10, 1968-1974
- 2DE B222 (Bestand BMW), 1933-1944 und 1948-1974
- 2DE O43 (Bestand Opel), 1933-1943 und 1946-1974
- 2DE V22 (Bestand VW), 1938-1941 und 1946-1974
- 2DE F152 (Bestand Ford-Köln), 1933-1943 und 1945-1974
- 2DE D199 (Bestand Daimler-Benz), 1933-1942 und 1947-1974
- 2DE A641 (Bestand Audi), 1950-1974
- 2DE B141 (Bestand Borgward), 1936-1940 und 1961-1969
- A10 n29 (Straßenverkehr allgemein), 1933-1974
- A10 n28 SM4 und SM5 (Verkehrswesen allgemein), 1933-1974

Bestände der Pressedokumentation des Bundespresseamtes

324-3/0 (Automobilindustrie), 1952-1974

ADAC-Motorwelt, Jge.1933-1939 und 1948-1974

Allgemeine Automobil-Zeitung, Jge.1933-1943

Automobiltechnische Zeitschrift, Jge.1933-1944 und 1949-1974

Auto-Revue, Jge.1933-1943 und 1954-1974 (unter dem Titel: Automobil-Revue)

Berliner Illustrierte Zeitung, Jge.1933-1945

BMW-Blätter, Jge.1933-1939

BMW-Journal, Jge.1962-1974

Christophorus, Jge.1952-1974

Das Auto, Jge.1946-1951

Das Auto, Motor und Sport, Jge.1952-1974

Der Angriff, Jge.1933-1939 (jeweils der Monat Februar)

Der Spiegel, Jge.1947-1974

Der Stern, Jge.1948-1974

Die Zeit, Jge.1946-1974 (jeweils der Monat September)

Die Welt, Jge.1946-1974 (jeweils der Monat September)

Deutsche Allgemeine Zeitung, Jge.1933-1939 (jeweils der Monat Februar)

Deutsche Kraftfahrt, Jge.1933-1943

Frankfurter Allgemeine Zeitung, Jge.1946-1974 (jeweils der Monat September)

Frankfurter Zeitung, Jge.1933-1939 (jeweils der Monat Februar)

Hobby, Jge.1953-1974

Illustrierter Beobachter, Jge.1934-1944

Motor, Jge.1933-1942

Motor-Kritik, Jge.1933-1943

Motor-Rundschau, Jge.1947-1974 (ab 1970 unter dem Titel: mot)

Motor Schau, Jge.1937-1942

Motor und Sport, Jge.1933-1943

Quick, Jge.1948-1974

Sankt Christophorus, Jge.1933-1942 (später unter verschiedenen Titeln)

Süddeutsche Zeitung, Jge.1946-1974 (jeweils der Monat September)

Völkischer Beobachter, Jge.1933-1939 (jeweils der Monat Februar)

VW Informationen. Mitteilungsblatt für die VW-Organisation, Jge.1955-1965

6.1.3. Bücher, Monographien und sonstige Veröffentlichungen

Bäuerle, Peter: Die Entwicklung der Automobilindustrie in der Bundesrepublik seit 1945, Stuttgart 1966.

Bierbaum, Otto J.: Eine empfindsame Reise im Automobil von Berlin nach Sorrent und zurück, Berlin 1903.

Borgward, Peter C.F.: Der Wettbewerb auf dem westdeutschen Automobilmarkt seit 1948. Verhaltensweisen der Anbieter und Nachfrager auf den westdeutschen Märkten für fabrikneue Personen- und Kombinationskraftwagen, Diss., Kiel 1967.

Bretz, Hans: 50 Jahre Allgemeiner Deutscher Automobilclub im Dienste der Kraftfahrt, München 1953.

Busch, Klaus W.: Strukturwandlungen der westdeutschen Automobilindustrie. Ein Beitrag zur Erfassung und Deutung einer industriellen Entwicklungsphase im Übergang vom produktionsorientierten zum marktorientierten Wachstum, Berlin 1966.

Claessens, Dieter: Verkehr auf der Straße als Anpassungsproblem in der modernen Gesellschaft, in: Ders.: Angst, Furcht und gesellschaftlicher Druck, Dortmund 1965, S.32-37.

Deutschland-Berichte der Sozialdemokratischen Partei Deutschlands, hg. von Klaus Behnken, mehrere Bde., Frankfurt/M 1982.

Emnid Informationen. Monatlicher Dienst, hg. vom Emnid Institut, mehrere Bde., Bielefeld 1951ff.

Dollinger, Hans: Die totale Autogesellschaft, München 1972.

Erb, Hans: Auto Auto über alles. Porträt eines neuen Menschen, Hamburg 1966.

Erdmann, Werner B.: Auto in Dichtung und Film. Ein motivgeschichtlicher Streifzug durch Auto-Dramen, Hörspiele, -Filme, -Romane, -Novellen und -Lyrik des Jahres 1933, Berlin 1934.

Ereignisse und Probleme der Zeit im Urteil der Bevölkerung, hg. vom Divo-Institut für Wirtschaftsforschung, Sozialforschung und angewandte Mathematik, mehrere Bde., Frankfurt/M 1957ff.

Giesebrecht, Martin G.: Die Bedeutung des Automobils im amerikanischen Sozialleben, Diss., München 1958.

Hartenstein, Wolfgang und Klaus Liepelt: Man auf der Straße. Eine verkehrssoziologische Untersuchung, Veröffentlichungen des Instituts für angewandte Sozialwissenschaft, Bd.1, Bonn 1961.

Holzapfel, Fritz: Volkswagenwerk. Demagogie und Wahrheit, Berlin 1962.

Kaftan, Kurt: Der Kampf um die Autobahnen, Berlin 1955.

Kob, Jannpeter: Werkzeug, Konsumgut, Machtsymbol. Zur Soziologie des Automobils, in: Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik, 1966, Bd.11, S.184-193.

Institut für Demoskopie Allensbach: Jahrbuch der Öffentlichen Meinung, hg. von Elisabeth Noelle und Erich P. Neumann, mehrere Bde., Allensbach 1956ff.

Meldungen aus dem Reich 1938-1945. Die geheimen Lageberichte des Sicherheitsdienstes der SS, hg. von Heinz Boberach, mehrere Bde., Herrsching 1984ff.

Mitscherlich, Alexander: Die Unwirtlichkeit unserer Städte. Anstiftung zum Unfrieden, Frankfurt/M 1965.

Nelson, Henry W.: Small Wonder. The Amazing Story of the Volkswagen Beetle, Boston 1965.

Nordhoff, Heinz: Reden und Aufsätze. Zeugnisse einer Ära, Düsseldorf 1992.

NS-Pressenanweisungen der Vorkriegszeit, hg. von Hans Bohrmann und Gabriele Toepser-Ziegert, mehrere Bde., München 1984ff.

Reichow, Hans B.: Die autogerechte Stadt. Ein Weg aus dem Verkehrschaos, Ravensburg 1959.

6.2. *Literaturverzeichnis*

Abelshauser, Werner: Wirtschaftsgeschichte der Bundesrepublik Deutschland 1945-1980, Frankfurt/M 1983.

Alter, Peter: Nationalism and German Politics after 1945, in: John Breuilly (Hrsg.): The State of Germany. The National Idea in the Making, Unmaking and Remaking of a Modern State, London 1992, S.154-176.

Aly, Götz: Hitlers Volksstaat. Raub, Rassenkrieg und nationaler Sozialismus, Frankfurt/M 2005.

Andersen, Arne: Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute, Frankfurt/M und New York 1997.

Andersohn, Uwe: Automobilgeschichte in alten Anzeigen, Die bibliophilen Taschenbücher, Bd.434, Dortmund 1984.

Anderson, Benedict: Imagined Communities. Reflections on the Origins and Spread of Nationalism, London 1991.

Baranowski, Shelley: Strength through Joy. Consumerism and Mass Tourism in the Third Reich, Cambridge 2004.

Barthes, Roland: Mythen des Alltags, Frankfurt/M 1964.

Bayerl, Günter: Die Darstellung des Autos in der Literatur. Ein Spiegel der Motorisierung, in: Hans Pohl (Hrsg.): Traditionspflege in der Automobilindustrie, Stuttgart 1991, S.201-237.

Becker, Achim: Absatzprobleme der deutschen Pkw-Industrie 1925-1932, Diss., Regensburg 1979.

Becker, Jens Peter: Das Automobil und die amerikanische Kultur, Kiel 1985.

Becker, Frank und Elke Reinhardt-Becker (Hrsg.): Mythos USA. Amerikanisierung in Deutschland seit 1900, Frankfurt/M 2006.

Berger, Michael L.: The Devil Wagon in God's Country. The Automobile and Social Change in Rural America 1893-1929, Hamden/Conn 1979.

Berghahn, Volker: Unternehmer und Politik in der Bundesrepublik, Frankfurt/M 1985.

Ders. und Sigurt Vitols (Hrsg.): Gibt es einen deutschen Kapitalismus? Tradition und globale Perspektiven der sozialen Marktwirtschaft, Frankfurt/M 2006.

Berghoff, Hartmut: Enticement and Deprivation. The Regulation of Consumption in pre-war Nazi Germany, in: Martin Daunton und Matthew Hilton (Hrsg.): The Politics of Consumption. Material Culture and Citizenship in Europe and America, Oxford 2001.

Ders. und Jakob Vogel (Hrsg.): Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte. Dimensionen eines Perspektivenwechsels, Frankfurt/M 2004.

Bessel, Richard: Living with the Nazis. Some Recent Writing on the Social History of the Third Reich, in: European History Quarterly, 1984, Bd.14, S.211-220.

Betts, Paul: The Authority of Everyday Objects. A Cultural History of West German Industrial Design, Berkeley 2004.

Birkenfeld, Richard und Martina Jung: Die Stadt, der Lärm und das Licht. Die Veränderung des öffentlichen Raumes durch Motorisierung und Elektrifizierung, Seelze 1994.

Blaich, Fritz: Staat und Verbände in Deutschland zwischen 1871 und 1945, Wiesbaden 1979.

Ders.: Die „Fehlrationalisierung“ in der deutschen Automobilindustrie 1924-1929, in: Tradition, 1973, Bd.18, S.13-33.

Bösch, Frank und Norbert Frei (Hrsg.): Medialisierung und Demokratie im 20. Jahrhundert, Göttingen 2007.

Borscheid, Peter: Autowerbung in Deutschland 1886-1945, in: Hans Pohl (Hrsg.): Traditionspflege in der Automobilindustrie, Stuttgart 1991, S.61-103.

Ders.: Das Tempo-Virus. Eine Kulturgeschichte der Beschleunigung, Frankfurt/M 2004.

Ders. und Clemens Wischermann: Bildwelt des Alltags. Werbung in der Konsumgesellschaft des 19. und 20. Jahrhunderts, Studien zur Geschichte des Alltags, Bd.13, Stuttgart 1995.

Braun, Andreas: Tempo, Tempo. Eine Kunst- und Kulturgeschichte der Geschwindigkeit im 19. Jahrhundert, Frankfurt/M 2001.

Braun, Heike: Der Einfluss von Verbänden auf umweltpolitische Entscheidungen. Dargestellt am Beispiel des ADAC, Berlin 1987.

Brawand, Leo: Der Spiegel. Ein Besatzungskind. Wie die Pressefreiheit nach Deutschland kam, Hamburg 2006.

Brilli, Attilio: Das rasende Leben. Die Anfänge des Reisens mit dem Automobil, Berlin 1999.

Brockhaus, Gudrun: Schauer und Idylle. Faschismus als Erlebnisangebot, München 1997.

Broszat, Martin: Soziale Motivation und Führerbindung im Nationalsozialismus, in: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, 1970, Bd.18, S.392-409.

Ders.: Zur Struktur der NS-Massenbewegung, in: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, 1983, Bd.31, S.52-76.

Ders. (Hrsg.): Zäsuren nach 1945. Essays zur Periodisierung der deutschen Nachkriegsgeschichte, Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, Sonderhefte, Bd.61, München 1990.

Ders., Klaus D. Henke und Hans Woller (Hrsg.): Von Stalingrad zur Währungsreform. Zur Sozialgeschichte des Umbruchs in Deutschland, München 1988.

Bruch, Rüdiger vom, Friedrich W. Graf und Gangolf Hübinger (Hrsg.): Kultur und Kulturwissenschaften um 1900. Krise der Moderne und Glaube an die Wissenschaft, Stuttgart 1989.

Burkart, Günter: Individuelle Mobilität und soziale Integration. Zur Soziologie des Automobilismus, in: Soziale Welt, 1994, Bd.45, S.216-241.

Burleigh, Michael und Wolfgang Wippermann: The Racial State. Germany 1933-1945, Cambridge 1991.

Carr, William: Arms, Autarky and Aggression, 2. Auflage, London 1979.

Conze, Werner und Rainer M. Lepsius (Hrsg.): Sozialgeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Beiträge zum Kontinuitätsproblem, Industrielle Welt, Bd.34, Stuttgart 1983.

Crew, David F. (Hrsg.): Consuming Germany in the Cold War, Oxford 2003.

Cvetkovski, Roland: Modernisierung durch Beschleunigung. Raum und Mobilität im Zarenreich, Frankfurt/M 2006.

Dahl, Peter: Radio. Sozialgeschichte des Rundfunks für Sender und Empfänger, Reinbek 1983.

Dahrendorf, Rolf: Gesellschaft und Demokratie in Deutschland, München 1965.

Daniel, Ute: Kompendium Kulturgeschichte. Theorien, Praxis, Schlüsselwörter, Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft, Bd.1523, Frankfurt/M 2001.

Day, Uwe: Mythos ex machina. Medienkonstrukt Silberpfeil als massenkulturelle Ikone der NS-Modernisierung, Diss., Bremen 2004.

Doering-Manteuffel, Anselm: Deutsche Zeitgeschichte nach 1945. Entwicklungen und Problemlagen der historischen Forschung zur Nachkriegszeit, in: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, 1993, Bd.41, S.1-29.

Ders.: Wie westlich sind die Deutschen? Amerikanisierung und Westernisierung im 20. Jahrhundert, Göttingen 1999.

Doßmann, Axel: Begrenzte Mobilität. Eine Kulturgeschichte der Autobahnen in der DDR, Essen 2003.

Drews, Axel, Ute Gerhard und Jürgen Link: Moderne Kollektivsymbolik. Eine diskurstheoretisch orientierte Einführung mit Auswahlbibliographie, in: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur, Sonderhefte, Bd.1, Tübingen 1985, S.256-375.

Dussel, Konrad: Deutsche Tagespresse im 19. und 20. Jahrhundert, Einführungen Kommunikationswissenschaft, Bd.1, Münster 2004.

Eberwein, Wilhelm und Jochen Tholen: Borgwards Fall. Arbeit im Wirtschaftswunder, Bremen 1987.

Edelmann, Heidrun: Vom Luxusgut zum Gebrauchsgegenstand. Die Geschichte der Verbreitung von Personenkraftwagen in Deutschland, Schriftenreihe des Verbandes der Automobilindustrie, Bd.60, Frankfurt/M 1989.

Dies.: Heinz Nordhoff und Volkswagen. Ein deutscher Unternehmer im amerikanischen Jahrhundert, Göttingen 2003.

Eichberg, Henning: Die Revolution des Automobils. Materialien zu einer kritischen Technikhistorie die das Verschwinden der Sachen mitdenkt, in: Ders. (Hrsg.): Die historische Relativität der Sachen oder Gespenster im Zeughaus, 2. Auflage, Münster 1987, S.156-184.

Eley, Geoff: Die deutsche Geschichte und die Widersprüche der Moderne. Das Beispiel des Kaiserreichs, in: Frank Bajohr, Werner Johe und Uwe Lohalm (Hrsg.): Zivilisation und Barbarei. Die widersprüchlichen Potentiale der Moderne, Hamburger Beiträge zur Sozial- und Zeitgeschichte, Bd.26, Hamburg 1991, S.17-65.

Engels, Jens I.: Naturpolitik in der Bundesrepublik. Ideenwelt und politische Verhaltensstile in Naturschutz- und Umweltbewegung 1950-1980, Paderborn 2006.

Erker, Paul: Aufbruch zu neuen Paradigmen. Unternehmensgeschichte zwischen sozialgeschichtlicher und betriebswirtschaftlicher Erweiterung, in: Archiv für Sozialgeschichte, 1997, Bd.37, S.321-365.

Ders.: Zeitgeschichte als Sozialgeschichte. Forschungsstand und Forschungsdefizite, in: Geschichte und Gesellschaft, 1993, Bd.19, S.202-238.

Ders.: Einleitung. Industrie-Eliten im 20. Jahrhundert, in: Ders. und Toni Pierenkemper (Hrsg.): Deutsche Unternehmer zwischen Kriegswirtschaft und Wiederaufbau. Studien zur Erfahrungsbildung von Industrieeliten, Quellen und Darstellungen zur Zeitgeschichte, Bd.39, München 1999, S.1-18.

Eyll, Klara van, Beate Brüninghaus und Sibylle Grube-Bannasch (Hrsg.): Deutsche Wirtschaftsarchive. Nachweis historischer Quellen in Unternehmen, Kammern und Verbänden der Bundesrepublik Deutschland, 3. Auflage, Wiesbaden 1994.

Fack, Dietmar: Automobil, Verkehr und Erziehung. Motorisierung und Sozialisation zwischen Beschleunigung und Anpassung 1885-1945, Opladen 2000.

Faulstich, Werner (Hrsg.): Die Kultur der fünfziger Jahre, München 2002.

Ders. (Hrsg.): Die Kultur der sechziger Jahre, München 2003.

Fecht, Udo: Die Pressearbeit der deutschen Automobilindustrie, Münster 1999.

Fersen, Otto von: Opel. Räder für die Welt, 3. Auflage, Gerlingen 1986.

Flasch, Kurt: Die geistige Mobilmachung. Die deutschen Intellektuellen und der Erste Weltkrieg, Berlin 2000.

Flik, Reiner: Von Ford lernen? Automobilbau und Motorisierung in Deutschland bis 1933, Köln 2001.

Ders.: Automobilindustrie und Motorisierung in Deutschland bis 1939, in: Rudolf Boch (Hrsg.): Geschichte und Zukunft der deutschen Automobilindustrie. Tagung im Rahmen der „Chemnitzer Begegnungen“ 2000, Stuttgart 2001, S.49-84.

Flink, James J.: The Car Culture, Cambridge/Mass 1976.

Förster, Wolfram: Automobil und Gesellschaft in den 20er-Jahren. Die Motorisierung des Bürgertums als Vorläufer der Massenmotorisierung, in: Räder, Autos und Traktoren. Erfindungen aus Mannheim – Wegbereiter der mobilen Gesellschaft, hg. vom Landesmuseum für Technik und Arbeit Mannheim, Mannheim 1986.

Fraunholz, Uwe: Motorphobia. Anti-automobiler Protest in Kaiserreich und Weimarer Republik, Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft, Bd.156, Göttingen 2002.

Frei, Norbert: Wie modern war der Nationalsozialismus? in: Geschichte und Gesellschaft, 1993, Bd.19, S.367-387.

Ders.: Vergangenheitspolitik. Die Anfänge der Bundesrepublik und die NS-Vergangenheit, München 1996.

Ders.: 1945 und wir. Das Dritte Reich im Bewusstsein der Deutschen, München 2005.

Frevert, Ute und Heinz-Gerhard Haupt (Hrsg.): Neue Politikgeschichte. Perspektiven einer historischen Politikforschung, Historische Politikforschung, Bd.1, Frankfurt/M 2005.

Friemert, Chup: Produktionsästhetik im Faschismus. Das Amt „Schönheit der Arbeit“ 1933-1939, München 1980.

Fritzsche, Peter: A Nation of Flyers. German Aviation and the Popular Imagination, Cambridge/Mass und London 1992.

Ders.: Landscape of Danger, Landscape of Design. Crisis and Modernism in Weimar Germany, in: Thomas W. Kniesche und Stephan Brockmann (Hrsg.): Dancing on the Volcano. Essays on the Culture of the Weimar Republic, Columbia 1994, S.29-46.

Gall, Alexander: „Gute Straßen bis ins kleinste Dorf“. Verkehrspolitik in Bayern zwischen Wiederaufbau und Ölkrise, Beiträge zur Historischen Verkehrsforschung des Deutschen Museums, Bd.7, Frankfurt/M 2005.

Gartmann, David: Auto Opium. A Social History of American Automobile Design, London und New York 1994.

Geertz, Clifford: Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme, Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft, Bd.696, Frankfurt/M 1987.

Geisthövel, Alexa: Das Auto, in: Dies. und Habbo Knoch (Hrsg.): Orte der Moderne. Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts, Frankfurt/M 2005, S.37-46.

Glaser, Hermann: Das Automobil. Eine Kulturgeschichte in Bildern, München 1986.

Gregor, Neil: Stern und Hakenkreuz. Daimler-Benz im Dritten Reich, Berlin 1997.

Grieger, Manfred, Ulrike Gutzmann und Dirk Schlinkert: Volkswagen Chronik, Historische Notate, Bd.7, Wolfsburg 2004.

Gries, Rainer: Produkte als Medien. Kulturgeschichte der Produktkommunikation in der Bundesrepublik und in der DDR, Leipzig 2003.

Gudjons, Anette: Die Entwicklung des Volksautomobils 1904-1945 unter besonderer Berücksichtigung des Volkswagens. Ein Beitrag zu Problemen der Sozial-, Wirtschafts- und Technikgeschichte des Automobils, Diss., Hannover 1988.

Hagemann, Jürgen: Die Presselenkung im Dritten Reich, Diss., Bonn 1969.

Handke, Horst: Zur Rolle der Volkswagenpläne bei der faschistischen Kriegsvorbereitung, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 1962, Bd.3, S.22-68.

Hardtwig, Wolfgang (Hrsg.): Politische Kulturgeschichte der Zwischenkriegszeit, Geschichte und Gesellschaft, Sonderhefte, Bd.21, Göttingen 2005.

Ders. und Hans-Ulrich Wehler (Hrsg.): Kulturgeschichte Heute. Zwölf Beiträge, Geschichte und Gesellschaft, Sonderhefte, Bd.16, Göttingen, 1996.

Ders. (Hrsg.): Wege zur Kulturgeschichte, Göttingen 1997.

Haubner, Barbara: Nervenkitzel und Freizeitvergnügen. Automobilismus in Deutschland 1886-1914, Göttingen 1998.

Haug, Wolfgang F.: Kritik der Warenästhetik, 8. Auflage, Frankfurt/M 1983.

Herbst, Ludwig: Der Totale Krieg und die Ordnung der Wirtschaft. Die Kriegswirtschaft im Spannungsfeld von Politik, Ideologie und Propaganda 1939-1945, Stuttgart 1982.

Herf, Jeffrey: Der nationalsozialistische Technikdiskurs. Die deutschen Eigenheiten des reaktionären Modernismus, in: Wolfgang Emmerich und Carl Wege (Hrsg.): Der Technikdiskurs der Hitler-Stalin-Ära, Stuttgart und Weimar 1995, S.72-92.

Ders.: Reactionary Modernism. Technology, Culture and Politics in Weimar and the Third Reich, Cambridge 1984.

Hickethier, Knut (Hrsg.): Das Deutsche Auto. Volkswagenwerbung und Volkskultur, Gießen 1974.

Ders.: Geschichte des deutschen Fernsehens. Stuttgart 1998.

Hilger, Susanne: Amerikanisierung deutscher Unternehmen. Wettbewerbsstrategien und Unternehmenspolitik bei Henkel, Siemens und Daimler-Benz 1945/49-1975, Stuttgart 2004.

Hochstetter, Dorothee: Motorisierung und Volksgemeinschaft. Das Nationalsozialistische Kraftfahrkorps (NSKK) 1931-1945, Studien zur Zeitgeschichte, Bd.68, München 2005.

Hohensee, Jens: „Und sonntags wieder laufen.“ Die erste Ölkrise 1973/74 und ihre Perzeption in der Bundesrepublik Deutschland, in: Michael Salewski und Ilona Stölken-Fitschgen (Hrsg.): Moderne Zeiten. Technik und Zeitgeist im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart 1994, S.175-196.

Ders.: Der erste Ölpreisschock 1973/74. Die politischen und gesellschaftlichen Auswirkungen der arabischen Erdölpolitik auf die Bundesrepublik Deutschland und Westeuropa, Historische Mitteilungen, Sonderhefte, Bd.17, Stuttgart 1996.

Holtz, Hans-Joachim: Die Entwicklung der kraftfahrttechnischen Fachpresse in Deutschland von den Anfängen bis 1933, Diss., München 1952.

Hopmann, Barbara u.a.: Zwangsarbeiter bei Daimler-Benz, Stuttgart 1994.

Huguenin, Raphael D., Martin Bauer und Karin Mayerhofer.: Das Automobil in den Massenmedien. Der Einfluss auf die Sicherheitseinstellung, bfu-Report, Bd.8, Bern 1985.

Jaraus, Konrad H. und Hannes Siegrist (Hrsg.): Amerikanisierung und Sowjetisierung in Deutschland 1945-1970, Frankfurt/M und New York 1997.

Kaelble Hartmut: Sozialgeschichte Europas. 1945 bis zur Gegenwart, München 2007.

Ders. (Hrsg.): Der Boom 1948-1973. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Folgen in der Bundesrepublik Deutschland und in Europa, Schriften des Zentralinstituts für sozialwissenschaftliche Forschung der Freien Universität Berlin, Bd.64, Opladen 1992.

Ders., Martin Kirsch und Alexander Schmidt-Gernig (Hrsg.): Transnationale Öffentlichkeiten und Identitäten im 20. Jahrhundert, Frankfurt/M 2002.

Ders. und Heinrich A. Winkler (Hrsg.): Nationalismus, Nationalitäten, Supranationalitäten, Schriftenreihe des Arbeitskreises für moderne Sozialgeschichte, Bd.53, Stuttgart 1993.

Ders.: Europäische Besonderheiten des Massenkonsums 1950-1990, in: Siegrist, Hannes, Jürgen Kocka und ders. (Hrsg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums, Frankfurt/M 1997, S.169-204.

Kershaw, Ian: Der NS-Staat. Geschichtsinterpretationen und Kontroversen im Überblick, 3. Auflage, Reinbek 2002.

Ders.: Hitler 1889-1936, 2. Auflage, Stuttgart 1998.

Kiefer, Markus: Auf der Suche nach nationaler Identität und Wegen zur deutschen Einheit. Die deutsche Frage in der überregionalen Tages- und Wochenpresse der Bundesrepublik 1949-1955, Europäische Hochschulschriften, Reihe III, Bd.525, Frankfurt/M 1992.

Kirchberg, Peter: Plaste, Blech und Planwirtschaft. Die Geschichte des Automobilbaus in der DDR, 2. Auflage, Berlin 2001.

Kleinschmidt, Christian: Der produktive Blick. Wahrnehmung amerikanischer und japanischer Management- und Produktionsmethoden durch deutsche Unternehmer 1950-1985, Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, Sonderhefte, Bd.1, Berlin 2002.

Klenke, Dietmar: Bundesdeutsche Verkehrspolitik und Motorisierung. Konfliktreiche Weichenstellungen in den Jahren des Wiederaufstiegs, Zeitschrift für Unternehmensgeschichte, Sonderhefte, Bd.79, Stuttgart 1993.

Ders.: Bundesdeutsche Verkehrspolitik und Umwelt. Von der Motorisierungseuphorie zur ökologischen Katerstimmung, in: Werner Abelshauser (Hrsg.): Umweltgeschichte. Umweltverträgliches Wirtschaften in historischer Perspektive, Geschichte und Gesellschaft, Sonderhefte, Bd.15, Göttingen 1994, S.163-190.

Ders.: „Freier Stau für freie Bürger“. Die Geschichte der bundesdeutschen Verkehrspolitik 1949-1994, Darmstadt 1995.

Ders.: Die deutsche Katastrophe und das Automobil. Zur „Heils“geschichte eines nationalen Kultobjekts in den Jahren des Wiederaufstiegs, in: Michael Salewski und Ilona Stölken-Fitschgen (Hrsg.): Moderne Zeiten. Technik und Zeitgeist im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart 1994, S.157-173.

Ders.: Das Automobil im Schatten der deutschen Katastrophe. Ein überfrachtetes Persönlichkeits- und Freiheitssymbol in den Jahren des Wiederaufstiegs, in: Jörg Mayer (Hrsg.): Produktion von Mobilität und Stillstand. Zur Diskrepanz von Wissen und Handeln in der Verkehrspolitik, Loccum Protokolle, Bd.56, 1992.

Kleßmann, Christoph: Die doppelte Staatsgründung. Deutsche Geschichte 1945-1955, Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd.298, 5. Auflage, Bonn 1991.

Ders.: Zwei Staaten, eine Nation. Deutsche Geschichte 1955-1970, Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd.343, 2. Auflage, Bonn 1997.

Kluke, Paul: Hitler und das Volkswagenprojekt, in: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte, 1960, Bd.8, S.341-383.

Knie, Andreas: Die Interpretation des Autos als Rennreiselimousine. Genese, Bedeutung, Prägung, Fixierung und verkehrspolitische Konsequenzen, in: Hans L. Dienel und Helmut Trischler (Hrsg.): Geschichte der Zukunft des Verkehrs. Verkehrskonzepte von der Frühen Neuzeit bis zum 21. Jahrhundert, Beiträge zur historischen Verkehrsforschung, Bd.1, Frankfurt/M 1997, S.243-259.

Koch-Hillebrecht, Manfred: Das Deutschlandbild. Gegenwart, Geschichte, Psychologie, Beck'sche Schwarze Reihe, Bd.162, München 1977.

Kocka, Jürgen: 1945 nach 1989/90. Zur sich wandelnden Bedeutung des Endes von NS-Diktatur und Krieg, in: Christian Jansen, Lutz Niethammer und Bernd Weisbrod (Hrsg.): Von der Aufgabe der Freiheit. Politische Verantwortung und bürgerliche Gesellschaft im 19. und 20. Jahrhundert, FS Hans Mommsen, Berlin 1995, S.599-608.

Köhler, Volkmar: Deutsche Personenwagen-Fabrikate zwischen 1886 und 1965, in: Tradition, 1966, Bd.11, S.142ff.

König, Wolfgang: Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. Volksprodukte im Dritten Reich. Vom Scheitern einer nationalsozialistischen Konsumgesellschaft, Paderborn 2004.

Könke, Günter: Modernisierungsschub oder relative Stagnation? Einige Anmerkungen zum Verhältnis von Nationalsozialismus und Moderne, in: Geschichte und Gesellschaft, 1994, Bd.20, S.584-608.

Kopper, Christopher: Modernität oder Scheinmodernität nationalsozialistischer Herrschaft. Das Beispiel der Verkehrspolitik, in: Christian Jansen, Lutz Niethammer und Bernd Weisbrod (Hrsg.): Von der Aufgabe der Freiheit. Politische Verantwortung und bürgerliche Gesellschaft im 19. und 20. Jahrhundert, FS Hans Mommsen, Berlin 1995, S.399-411.

Koshar, Rudy: On the History of the Automobile in Everyday Life, in: Contemporary European History, 2001, Bd.10, S.143-154.

Krämer-Badoni, Thomas, Herbert Grymer und Marianne Rodenstein: Zur sozio-ökonomischen Bedeutung des Automobils, Frankfurt/M 1971.

Kriegeskorte, Michael: 100 Jahre Werbung im Wandel, Köln 1995.

Ders.: Automobilwerbung in Deutschland 1948-1968, Köln 1994.

Kroker, Evelyn: Die Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts. Industrieller Leistungsnachweis, Konkurrenzverhalten und Kommunikationsfunktion unter Berücksichtigung der Montanindustrie des Ruhrgebietes 1851-1880, Göttingen 1975.

Kubisch, Ulrich: Das Automobil als Lesestoff. Zur Geschichte der deutschen Motorpresse 1898-1998, Staatsbibliothek zu Berlin Ausstellungskatalog, NF, Bd.29, Wiesbaden 1998.

Ders.: Aller Welts Wagen. Die Geschichte eines automobilen Wirtschaftswunders. Von Porsches Volkswagen-Vorläufer zum Käfer-Ausläufer-Modell, Berlin 1986.

Ders.: Motor-Roller-Mobil. Vom zivilisierten Zweirad zum Fast-Automobil, Berlin 1985.

Ders. und Volker Janssen: Borgward. Ein Blick zurück auf Wirtschaftswunder, Werksalltag und einen Automythos, Berlin 1984.

Kühne, Thomas: Massenmotorisierung und Verkehrspolitik im 20. Jahrhundert. Technikgeschichte als politische Sozial- und Kulturgeschichte, in: Neue Politische Literatur, 1996, Bd. 41, S.196-229.

Kuhm, Klaus: Das eilige Jahrhundert. Einblicke in die automobilen Gesellschaft, Hamburg 1995.

Ders.: Moderne und Asphalt. Die Automobilisierung als Prozess technologischer Integration und sozialer Vernetzung, Stadt, Raum und Gesellschaft, Bd.9, Pfaffenweiler 1997.

Kugler, Anette: Von der Werkstatt zum Fließband. Etappen der frühen Automobilproduktion, in: Geschichte und Gesellschaft, 1987, Bd.13, S.304-339.

Kukowski, Martin: Die Chemnitzer Auto Union AG und die „Demokratisierung“ der Wirtschaft in der Sowjetischen Besatzungszone 1945-1948, Stuttgart 2003.

Landwehr, Achim: Geschichte des Sagbaren. Einführung in die Historische Diskursanalyse, Historische Einführungen, Bd.8, Tübingen 2001.

Lärmer, Karl: Autobahnbau in Deutschland 1933-1945. Zu den Hintergründen, Forschungen zur Wirtschaftsgeschichte, Bd.6, Berlin 1975.

Latour, Bruno: Das Dilemma eines Sicherheitsgurtes, in: Ders.: Der Berliner Schlüssel. Erkundungen eines Liebhabers der Wissenschaften, Berlin 1996, S.28-36.

Lethen, Helmut: Cool Conduct. The Culture of Distance in Weimar Germany, Berkeley 2001.

Lignau, Gerold und Max Kruk: 100 Jahre Daimler-Benz, 2 Bde., Stuttgart 1985f.

Link, Jürgen: Über ein Modell synchroner Systeme von Kollektivsymbolen sowie seine Rolle bei der Diskurskonstitution, in: Ders. und Wulf Wülfing (Hrsg.): Bewegung und Stillstand in Metaphern und Mythen. Fallstudien zum Verhältnis von elementarem Wissen und Literatur im 19. Jahrhundert, Stuttgart 1984, S.63-92.

Ders. und Siegfried Reinecke: Autofahren ist das Leben. Metamorphosen des Autosymbols in der deutschen Literatur, in: Harro Segeberg (Hrsg.): Technik in der Literatur. Ein Forschungsüberblick und zwölf Aufsätze, Frankfurt/M 1987, S.436-482.

Linz, Harald H. und Halwart Schrader: Die große Automobil-Enzyklopädie, München 1985.

Ludwig, Karl-Heinz: Technik und Ingenieure im Dritten Reich, Düsseldorf 1974.

Lundgreen, Peter (Hrsg.): Wissenschaft im Dritten Reich, Suhrkamp Taschenbuch Wissenschaft, Bd.306, Frankfurt/M 1985.

Lupa, Markus: Das Werk der Briten. Volkswagenwerk und Besatzungsmacht 1945-1947, Historische Notate, Bd.2, Wolfsburg 1999.

Maurer, Michael: Alte Kulturgeschichte – Neue Kulturgeschichte, in: Historische Zeitschrift, 2005, Bd.280, S.281-304.

Mergel, Thomas und Thomas Welskopp (Hrsg.): Geschichte zwischen Kultur und Gesellschaft. Beiträge zur Theoriedebatte, München 1997.

Merki, Christoph M.: Der holperige Siegeszug des Automobils 1895-1930. Zur Motorisierung des Straßenverkehrs in Frankreich, Deutschland und der Schweiz, Wien / Köln und Weimar 2002.

Metzler, Gabriele: Breite Straßen, schmale Pfade. Fünf Wege zur Geschichte der Bundesrepublik, in: Neue Politische Literatur, 2001, Bd.46, S.244-267.

Moeller, Robert G. (Hrsg.): West Germany under Construction. Politics, Society and Culture in the Adenauer Era, Ann Arbor 1997.

Mönnich, Horst: BMW. Eine deutsche Geschichte, München 2004.

Möser, Kurt: Geschichte des Autos, Frankfurt/M und New York 2002.

Moltmann, Günter: Nationalklischee und Demokratie. Die deutsche Amerikapropaganda im Zweiten Weltkrieg, in: Ursula Büttner (Hrsg.): Das Unrechtsregime, Internationale Forschungen über den Nationalsozialismus, Bd.1, Hamburg 1986, S.219-249.

Montgomery, Andrew (Hrsg.): The Great Book of American Automobiles, London 2002.

Mommsen, Hans: Nationalsozialismus als vorgetäuschte Modernisierung, in: Walter H. Pehle (Hrsg.): Der historische Ort des Nationalsozialismus. Annäherungen, Frankfurt/M 1990, S.31-46.

Ders.: Noch einmal Nationalsozialismus und Modernisierung, in: Geschichte und Gesellschaft, 1995, Bd.21, S.391-402.

Ders. und Manfred Grieger: Das Volkswagenwerk und seine Arbeiter im Dritten Reich, Düsseldorf 1997.

Mommsen, Wolfgang J.: Wandlungen der nationalen Identität, in: Werner Weidenfeld (Hrsg.): Die Identität der Deutschen, Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd.200, Bonn 1983, S.173-192.

Mooser, Josef: Arbeiterleben in Deutschland 1900-1970. Klassenlagen, Kultur und Politik, Frankfurt/M 1984.

Morsey, Rudolf: Die Bundesrepublik Deutschland. Entstehung und Entwicklung bis 1969, Oldenbourg Grundriss der Geschichte, Bd.19, 4. Auflage, München 1987.

Mosse, George L.: The Crisis of German Ideology. Intellectual Origins of the Third Reich, New York 1964.

Müller, Peter: Ferdinand Porsche. Der Vater des Volkswagens, 4. Auflage, Graz 1998.

Naumann, Klaus (Hrsg.): Nachkrieg in Deutschland, Hamburg 2001.

Nelson, Henry W.: Small Wonder. The Amazing Story of the Volkswagen Beetle, Boston 1965.

Niemann, Hans-Werner: Die Beurteilung und Darstellung der modernen Technik in deutschen Romanen des 19. und 20. Jahrhunderts, in: Technikgeschichte, 1979, Bd.46, S.306-320.

Niemann, Harry, Wilfried Feldenkirchen und Armin Hermann (Hrsg.): Die Geschichte des Rennsports, Wissenschaftliche Schriftenreihe des DaimlerChrysler Konzernarchivs, Bd.3, Bielefeld 2002.

Nolan, Mary: Visions of Modernity. American Business and the Modernization of Germany, New York 1994.

Oswald, Werner: Deutsche Autos 1945-1975, 12. Auflage, Stuttgart 1987.

Overy, Richard J.: War and Economy in the Third Reich, Oxford 1994.

Petzina, Heinz D.: Der nationalsozialistische Vierjahresplan von 1936. Entstehung, Verlauf, Wirkungen, Diss., Mannheim 1965.

Plumpe, Werner: Wirtschaftliche Selbstverwaltung, in: Ders., Dietmar Petzina und Gerold Ambrosius (Hrsg.): Moderne Wirtschaftsgeschichte. Eine Einführung für Historiker und Ökonomen, München 1996, S.375-387.

Pohl, Hans und Wilhelm Treue (Hrsg.): Die Einflüsse der Motorisierung auf das Verkehrswesen von 1886 bis 1986, Zeitschrift für Unternehmensgeschichte, Sonderhefte, Bd.52, Stuttgart 1988.

Polster, Werner und Klaus Voy: Eigenheim und Automobil. Materielle Fundamente der Lebensweise, in: Klaus Voy, Werner Polster und Claus Thomasberger (Hrsg.): Gesellschaftliche Transformationsprozesse und materielle Lebensweise, Beiträge zur Wirtschafts- und Gesellschaftsgeschichte der Bundesrepublik Deutschland 1949-1989, Bd.2, Marburg 1993, S.293-256.

Popplow, Marcus: Motor ohne Lobby? Medienereignis Wankelmotor 1959-1989, Schriften des Landesmuseums für Technik und Arbeit in Mannheim, Bd.11, Heidelberg und Basel 2003.

Prinz, Michael und Rainer Zitelmann (Hrsg.): Nationalsozialismus und Modernisierung, Darmstadt 1991.

Pross, Harry: Politische Symbolik. Theorie und Praxis der öffentlichen Kommunikation, Stuttgart 1974.

Ders.: Zeitungsreport. Deutsche Presse im 20. Jahrhundert, Weimar 2000.

Quaas, Friedrun: Soziale Marktwirtschaft. Wirklichkeit und Verfremdung eines Konzepts, Beiträge zur Wirtschaftspolitik, Bd.74, Bern 2000.

Radkau, Joachim: Technik in Deutschland. Vom 18. Jahrhundert bis zur Gegenwart, Frankfurt/M 1989.

Ders.: Auto-Lust. Zur Geschichte der Geschwindigkeit, in: Tom Koenigs und Roland Schaeffer (Hrsg.): Fortschritt vom Auto? Umwelt und Verkehr in den 90er-Jahren, München 1991, S.113-130.

Ders.: „Ausschreitungen gegen Automobilisten haben Überhand genommen“. Aus der Zeit des wilden Automobilismus in Ostwestfalen-Lippe, in: Lippische Mitteilungen, 1987, Bd.56, S.9-26.

Raisch, Manfred: Die Konzentration in der deutschen Automobilindustrie. Betriebswirtschaftliche Bestimmungsfaktoren und Auswirkungen, Betriebspolitische Schriften, Bd.12, Berlin 1973.

Raphael, Lutz: Radikales Ordnungsdenken und die Organisation totalitärer Herrschaft. Weltanschauungseliten und Humanwissenschaftler im NS-Regime, in: Geschichte und Gesellschaft, 2001, Bd.27, S.5-40.

Ders.: Die Verwissenschaftlichung des Sozialen als methodische und konzeptionelle Herausforderung für eine Sozialgeschichte des 20. Jahrhunderts, in: Geschichte und Gesellschaft, 1996, Bd.22, S.165-193.

Reagin, Nancy R.: Sweeping the German Nation. Domesticity and National Identity in Germany 1870-1945, New York 2007.

Rehmet, Thomas und Werner Schnur: Der Weg des deutschen Automobilsports von den Anfängen bis ins Dritte Reich oder Rennsport unterm Hakenkreuz, Frankfurt/M 1993.

Reichel, Peter: Der schöne Schein des Dritten Reichs. Faszination und Gewalt des Faschismus, Frankfurt/M 1993.

Reinecke, Siegfried: Mobile Zeiten. Eine Geschichte der Autodichtung, Bochum 1986.

Reuß, Eberhard: Hitlers Rennschlachten. Die Silberpfeile unterm Hakenkreuz, Berlin 2006.

Richter, Ralf: Ivan Hirst. Britischer Offizier und Manager des Volkswagenwerks, Historische Notate, Bd.8, Wolfsburg 2003.

Rieger, Bernhard: Technology and the Culture of Modernity in Britain and Germany 1890-1945, Cambridge 2005.

Rohrkämer, Thomas: Eine andere Moderne? Zivilisationskritik, Natur und Technik in Deutschland 1880-1933, Paderborn 1999.

Rosellen, Hans P.: Deutsche Kleinwagen nach 1945, 2. Auflage, Gerlingen 1983.

Rosenthal, Peter: Automobildesign und Gesellschaft. Zu Attraktivitätsaspekten der automobilen Gestaltsymbolik als Medien sozialer Strukturierung, Diss., Darmstadt 1999.

Ross, Kristin: Fast Cars, Clean Bodies. Decolonization and the Reordering of French Culture, Cambridge/Mass 1996.

Roth, Karl-Heinz: Nazismus gleich Fordismus? Die deutsche Autoindustrie in den dreißiger Jahren, in: 1999. Zeitschrift für Sozialgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts, 1989, Bd.4, S.82-91.

Ders.: Die Daimler-Benz AG. Ein Rüstungskonzern im Tausendjährigen Reich. Forschungsstand, Kontroversen, Kritik, in: 1999. Zeitschrift für Sozialgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts, 1993, Bd.8, S.40-64.

Ruppert, Wolfgang: Fahrrad, Auto, Fernsehschrank. Zur Kulturgeschichte der Alltagsdinge, Frankfurt/M 1993.

Rydell, Robert W.: All the World's a Fair. Visions of Empire at American International Expositions 1876-1916, Chicago und London 1987.

Sachs, Wolfgang: Die Liebe zum Automobil. Ein Rückblick in die Geschichte unserer Wünsche, Hamburg 1990.

Ders.: Die Bedeutungshaut des Automobils. Annäherungen an die Kultur einer Hochenergie-Gesellschaft, Schriftenreihe Energie und Gesellschaft, Bd.11, Berlin 1981.

Schäfer, Hans D.: Das gesplante Bewusstsein. Deutsche Kultur und Lebenswirklichkeit 1933-1945, München und Wien 1983.

Schildt, Axel: Vom Wohlstandsbarometer zum Belastungsfaktor. Autovision und Autoängste in der westdeutschen Presse von den 50er- bis zu den 70er-Jahren, in: Hans L. Dienel und Helmut Trischler (Hrsg.):

Geschichte der Zukunft des Verkehrs. Verkehrskonzepte von der Frühen Neuzeit bis zum 21. Jahrhundert, Beiträge zur historischen Verkehrsforschung, Bd.1, Frankfurt/M 1997, S.289-310.

Ders.: Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er-Jahre, Hamburg 1995.

Ders.: Zwischen Abendland und Amerika. Studien zur westdeutschen Ideenlandschaft der 50er-Jahre, München 1999.

Ders.: NS-Regime, Modernisierung und Moderne. Anmerkungen zur Hochkonjunktur einer andauernden Diskussion, in: Tel Aviver Jahrbuch für deutsche Geschichte, 1994, Bd.23, S.3-22.

Ders. und Arnold Sywottek (Hrsg.): Modernisierung im Wiederaufbau. Die westdeutsche Gesellschaft der 50er-Jahre, Politik und Gesellschaftsgeschichte, Bd.33, Bonn 1993.

Ders., Detlef Siegfried und Karl C. Lammers (Hrsg.): Dynamische Zeiten. Die 60er-Jahre in den beiden deutschen Gesellschaften, Hamburger Beiträge zur Sozial- und Zeitgeschichte, Bd. 37, Hamburg 2000.

Schissler, Hanna: The Miracle Years. A Cultural History of West Germany 1949-1968, Princeton und Oxford 2001.

Schivelbusch, Wolfgang: Geschichte der Eisenbahnreise. Zur Industrialisierung von Raum und Zeit im 19. Jahrhundert, München 1977.

Schmucki, Barbara: Automobilisierung. Neuere Forschungen zur Motorisierung, in: Archiv für Sozialgeschichte, 1995, Bd.35, S.582-597.

Schöttler, Peter: Mentalitäten, Ideologien, Diskurse. Zur sozialgeschichtlichen Thematisierung der „dritten Ebene“, in: Alf Lüdtke (Hrsg.): Alltagsgeschichte. Zur Rekonstruktion historischer Erfahrungen und Lebensweisen, Frankfurt/M und New York 1989, S.85-136.

Schütz, Erhard: Der Volkswagen, in: Etienne Francois und Hagen Schulze (Hrsg.): Deutsche Erinnerungsorte, München 2001, S.352-369.

Ders. und Eckhard Gruber: Mythos Reichsautobahn. Bau und Inszenierung der „Straße des Führers“ 1933-1941, Berlin 1996.

Schwarz, Karl: Car Wars. Die Automobilindustrie im globalen Wettbewerb, Analysen zum Wandel politisch-ökonomischer Systeme, Bd.9, Bern u.a. 1994.

Seherr-Thoss, Hans-Christoph Graf von: Die deutsche Automobilindustrie. Eine Dokumentation von 1886 bis heute, Stuttgart 1974.

Seidl, Jürgen: Die Bayerischen Motorenwerke 1945-1969. Staatlicher Rahmen und unternehmerisches Handeln, Schriftenreihe zur bayerischen Landesgeschichte, Bd.130, München 2002.

Shand, James D.: The Reichsautobahn. Symbol for the Third Reich, in: Journal of Contemporary History, 1984, Bd.19, S.197ff.

Sieferle, Rolf P.: Fortschrittsfeinde? Opposition gegen Technik und Industrie von der Romantik bis zur Gegenwart, Die Sozialverträglichkeit von Energiesystemen, Bd.5, München 1984.

Siegfried, Detlef: Time is on my Side. Konsum und Politik in der westdeutschen Jugendkultur der 60er-Jahre, Hamburger Beiträge zur Sozial- und Zeitgeschichte, Bd.41, Göttingen 2006.

Smelser, Ronald: Robert Ley. Hitler's Labor Front Leader, London 1988.

Sonthheimer, Kurt: Antidemokratisches Denken in der Weimarer Republik, München 1962.

Stahlmann, Michael: Die erste Revolution in der Autoindustrie. Management und Arbeitspolitik 1900-1940, Frankfurt/M 1993.

Steiner, André: Preispolitik und Lebensstandard. Nationalsozialismus, DDR und Bundesrepublik im Vergleich, Zeithistorische Studien, Bd.35, Köln 2006.

Stern, Fritz: Kulturpessimismus als politische Gefahr. Eine Analyse nationaler Ideologien in Deutschland, Bern / Stuttgart und Wien 1963.

Stieniczka, Norbert: Vom fahrbaren Untersatz zur Chromkarosse mit „innerer Sicherheit“. Der Wandel der Nutzeranforderungen an das Automobil in den 50er- und 60er-Jahren, in: Rudolf Boch (Hrsg.): Geschichte und Zukunft der deutschen Automobilindustrie. Tagung im Rahmen der „Chemnitzer Begegnungen“ 2000, Stuttgart 2001, S.177-200.

Stommer, Rainer (Hrsg.): Reichsautobahn. Pyramiden des Dritten Reichs. Analysen zur Ästhetik eines unbewältigten Mythos, Marburg 1982.

Stuhlemmer, Rupert: 50 Jahre Automobilausstellungen in Deutschland 1897-1983, Frankfurt/M 1983.

Südbeck, Thomas: Motorisierung, Verkehrsentwicklung und Verkehrspolitik in der Bundesrepublik Deutschland der 1950er-Jahre. Zwei Beispiele: Hamburg und das Emsland, Diss., Hamburg 1992.

Tessner, Magnus: Die deutsche Automobilindustrie im Strukturwandel 1919-1938, Wirtschafts- und Rechtsgeschichte, Bd.25, Köln 1994.

Teuteberg, Hans-Jürgen: Entwicklung, Methoden und Aufgaben der Verkehrsgeschichte, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 1994, S.173-194.

Tiggemann, Anselm: Die „Achillesferse“ der Kernenergie in Deutschland. Zur Kernenergiekontroverse und Geschichte der Entsorgung von den Anfängen bis Gorleben 1955-1985, Lauf 2004.

Till, Bastian und Harald Theml: Unsere wahnsinnige Liebe zum Automobil, Weinheim und Basel 1990.

Toepser-Ziegert, Gabriele: Funktionswandel. Die Entwicklung der Medien im nationalsozialistischen Herrschaftssystem, in: Medium, 1988, Bd.18, S.29-32.

Trischler, Helmut und Kai-Uwe Schrogl (Hrsg.): Ein Jahrhundert im Flug. Luft- und Raumfahrtforschung in Deutschland 1907-2007, Frankfurt/M 2007.

Trommler, Frank: The Creation of a Culture of Sachlichkeit, in: Geoff Eley (Hrsg.): Society, Culture and the State in Germany 1870-1930, Ann Arbor 1996, S.465-486.

Ders.: Amerikas Rolle im Technikverständnis der Diktaturen, in: Wolfgang Emmerich und Carl Wege (Hrsg.): Der Technikdiskurs der Hitler-Stalin-Ära, Stuttgart und Weimar 1995, S.159-174.

Turner, Henry A.: Unternehmen unter dem Hakenkreuz, in: Lothar Gall und Manfred Pohl (Hrsg.): Unternehmen im Nationalsozialismus, Schriftenreihe zur Zeitschrift für Unternehmensgeschichte, Bd.1, München 1998, S.15-23.

Ullmann, Hans-Peter: Interessenverbände in Deutschland, Edition Suhrkamp, NF, Bd.283, Frankfurt/M 1988.

Vaillant, Kristina: Vom „Ervolkswagen“ zum Designer-Schmuckstück. Automobilwerbung in Publikumszeitschriften, Berlin 1995.

Verhey, Jeffrey: Der „Geist von 1914“ und die Erfindung der Volksgemeinschaft, Hamburg 2000.

Virilio, Paul: Fahren, fahren, fahren, Berlin 1978.

Weger, Wolfgang: Die Auto-Biographie. Eine Momentaufnahme. 75 Jahre Verband der Automobilindustrie, Frankfurt 1976.

Weinberg, Gerhard: Hitler's Image of the United States, in: American Historical Review, 1964, Bd.69, S.1006-1021.

Weisbrod, Bernd (Hrsg.): Die Politik der Öffentlichkeit – Die Öffentlichkeit der Politik. Politische Medialisierung in der Geschichte der Bundesrepublik, Veröffentlichungen des zeitgeschichtlichen Arbeitskreises Niedersachsen, Bd.21, Göttingen 2003.

Wellhöner, Volker: Wirtschaftswunder, Weltmarkt, westdeutscher Fordismus. Der Fall Volkswagen, Theorie und Geschichte der bürgerlichen Gesellschaft, Bd.12, Münster 1996.

Weymar, Thomas: Das Auto. Statussymbol auch im Sozialismus. Soziale und politische Folgeprobleme des Individualverkehrs in der DDR, in: Deutschland Archiv, 1977, Bd.10, S.271-288.

White, Lawrence: The American Automobile Industry since 1945, Cambridge/Mass 1971.

Wiesen, Jonathan: West German Industry and the Challenge of Nazi Past 1945-1955, London 2001.

Wildt, Michael: Am Beginn der Konsumgesellschaft. Mangelersfahrung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren, Hamburg 1993.

Wilke, Jürgen (Hrsg.): Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd.361, Bonn 1999.

Womack, James P., Daniel T. Jones und Daniel Roos: Die zweite Revolution der Autoindustrie, Frankfurt/M und New York 1991.

Zatsch, Angela: Staatsmacht und Motorisierung am Morgen des Industriezeitalters, Schriften zur Rechts- und Sozialwissenschaft, Bd.7, Konstanz 1993.

Zeller, Thomas: Straße, Bahn, Panorama. Verkehrswege und Landschaften in Deutschland von 1930-1990, Beiträge zur Historischen Verkehrsforschung, Bd.3, Frankfurt/M 2002.